



Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social



MISIÓN PAZ
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

El programa de Comunicación Social de Corporación Universitaria Para el Desarrollo Empresarial y Social, Misión Paz, tiene como objetivo ofrecer una formación integral, cimentada, basada en valores humanos, desarrollo de emprendedores y emprendimientos mediante, a través del trabajo por competencias teórico – prácticas que permite la vinculación de proyectos integradores y trabajos de aula, el desarrollo académico, empresarial, comercial, de negociación, investigación y entornos digitales.

El programa de Comunicación Social apunta a la formación de profesionales con capacidad de liderar, con habilidades y competencias que les permiten responder a los desafíos de la sociedad y la globalización, con una orientación del mercado global, apoyado en los ejes curriculares de formación en principios y valores. para ello se ha trabajado con un equipo multidisciplinar con experiencia en el campo académico y empresarial que permite reconocer las oportunidades del perfil de nuestro profesional en mercadeo como un líder con capacidad de gerencial organizaciones y emprendimientos, el campo de ventas, desarrollo de nuevos productos, servicios, publicidad y marketing digital reconociendo las necesidades de los gremios económicos, el mercado regional, nacional e internacional.

El estudiante de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Misión Paz, está en capacidad de transformar el campo laboral y empresarial gracias a una formación apoyada en valores, el SABER, HACER, y el SER.

El programa se ofrece en nivel de pregrado y formación de nivel universitario, con modalidad presencial y virtual de acuerdo al acta número 60 de Consejo Directivo, Acuerdo 01 de 2022 Comités curriculares realizados, informe de vicerrectoría académica. Concepto de Directora de Programa. Norma interna de Creación: Acuerdo 01 de 2022, acta Nro 60 de Consejo Directivo.

Contenido

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA	2
1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. MISIÓN	5
1.2. VISIÓN	5
1.3. PRINCIPIOS DEL PROGRAMA CON RELACIÓN A LO QUE TIENE LA INSTITUCIÓN	5
2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA.....	6
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. PERFILES DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	7
3.1. PERFIL DEL ESTUDIANTE.....	7
3.2. PERFIL DE EGRESO	8
3.3. PERFIL OCUPACIONAL	8
7. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA Y EPISTEMOLÓGICA DEL PROGRAMA.....	21
7.1. ENFOQUE TEÓRICO DESDE LOS AUTORES	23
8. ESTRUCTURA CURRICULAR:	25
9. EXPLICAR LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO	26
10. CRÉDITOS ACADÉMICOS Y EXPLICAR MALLA EL POR QUÉ DE LA CANTIDAD DE CRÉDITOS 27	
11.1. DESCRIPCIÓN Y DISEÑO DE LOS MECANISMOS DE EVALUACIÓN.....	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	31

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación social, dentro del entorno de la formación académica se ha visto influenciada por cambios en las tendencias sociales, culturales y económicas, desencadenando nuevas estructuras de relacionamiento debido a la velocidad en que la globalización y la era digital desarrolla nuevas estrategias de innovación, apoyadas en el uso de las nuevas tecnologías, sus herramientas, canales y recursos.

El presente documento tiene como objetivo presentar todos los requisitos institucionales requeridos por el Ministerio de Educación de la República de Colombia para el Registro Calificado de Programas Académicos según lo estipula en el Decreto 1295 de 2010.

La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social - MISIÓN PAZ CORPORACIÓN UNIVERSITARIA busca con esta iniciativa presentar ante el Ministerio de Educación su programa académico de “Comunicación Social” para el registro y aprobación; el cual será implementado en la ciudad de Cali, Valle del Cauca.

La región del Valle del Cauca es un nicho importante de las comunicaciones y medios de comunicación del país, gracias a sus experimentadas universidades, sector empresarial en expansión, amplia oferta educativa a nivel del sector educativo, grandes adelantos en medios y plataformas de información masiva y por su avance en tecnologías de comunicación (TC). Es por esta trayectoria y fortaleza que Misión Paz Corporación Universitaria desea entregar a los caleños y vallecaucanos una carrera profesional que forme Comunicadores Sociales con competencias para las necesidades actuales en diversos escenarios.

Este programa académico brindará a los estudiantes conocimientos y herramientas en gestión organizacional, periodismo, medios digitales, producción en audio y video, entre otros conceptos que facilitarán su vinculación laboral al ser egresados y maximizarán su desempeño laboral, siendo un profesional a la vanguardia; además de poder desempeñarse con éxito en diversas organizaciones sociales, del sector privado o público, dirigir y trabajar en medios de comunicación como periodistas, productores, presentadores.

Adicionalmente, Misión Paz Corporación Universitaria busca con este programa académico formar profesionales con visión empresarial, con fortalezas administrativas y con conocimientos y competencias en comunicación, para que puedan tener posibilidades reales y efectivas de emprender proyectos desde las nuevas eras de la comunicación digital, empresarial y organizacional, apoyada en el uso de las nuevas tecnológicas.

1.1. MISIÓN

Formar comunicadores sociales comprometidos con el desarrollo integral de la sociedad, capaces de generar cambios positivos a través del poder transformador de la información, la investigación, la creatividad y la innovación. Buscamos cultivar en nuestros estudiantes un liderazgo democrático, valores éticos y cristianos, promoviendo el respeto, la inclusión y la diversidad. Nos comprometemos a preparar profesionales íntegros, emprendedores y con excelencia en su labor, contribuyendo así al progreso de la región y del país.

1.2. VISIÓN

Nos proyectamos como un referente en la formación de comunicadores sociales altamente capacitados, éticos y comprometidos con su entorno. Buscamos ser reconocidos a nivel regional, nacional e internacional por nuestra excelencia académica, nuestra contribución a la cultura empresarial, social, científica y tecnológica, así como por nuestra influencia positiva en la construcción de una sociedad más justa y democrática. Nos esforzamos por ser líderes en la aplicación de principios éticos y valores cristianos en la práctica comunicativa, promoviendo la diversidad, la inclusión y el respeto por la dignidad humana en todos nuestros ámbitos de acción.

1.3. PRINCIPIOS DEL PROGRAMA CON RELACIÓN A LO QUE TIENE LA INSTITUCIÓN

Principios del Programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Paz, inspirados en los principios de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social:

1. Enfoque Cristrocéntrico: Guiamos nuestra labor educativa y comunicativa bajo principios éticos y valores cristianos, promoviendo el respeto, la integridad y la solidaridad en todas nuestras acciones y mensajes.
2. Compromiso Social: Nos comprometemos a utilizar la comunicación como una herramienta para el desarrollo humano y social, promoviendo la inclusión, la equidad y la justicia en nuestra sociedad.

3. Excelencia: Buscamos la excelencia en la formación de nuestros estudiantes y en la práctica comunicativa, fomentando la calidad académica, la investigación rigurosa y el desarrollo profesional continuo.
4. Innovación Emprendedora: Promovemos la creatividad y la innovación en la comunicación, inspirando a nuestros estudiantes a explorar nuevas formas de expresión y a liderar proyectos comunicativos que generen impacto positivo en su entorno.
5. Cultura de Calidad: Fomentamos una cultura de calidad en todos los aspectos de nuestra labor, desde la enseñanza y el aprendizaje hasta la producción y difusión de contenidos comunicativos, asegurando así el cumplimiento de los más altos estándares en nuestra práctica profesional y académica.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

2.1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general del Programa de Comunicación Social es formar profesionales altamente capacitados y comprometidos con su entorno, capaces de ejercer la comunicación de manera ética, responsable y efectiva, contribuyendo así al desarrollo integral de la sociedad. A través de una educación de calidad que integre conocimientos teóricos, habilidades prácticas, valores éticos cristianos y un enfoque innovador y emprendedor, buscamos preparar comunicadores sociales íntegros que promuevan el cambio social, la inclusión y el bienestar comunitario, mientras cultivan una cultura de excelencia y mejora continua en todas nuestras actividades académicas y administrativas.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos específicos del Programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Misión Paz:

1. Formar comunicadores sociales íntegros: Desarrollar en los estudiantes habilidades comunicativas sólidas, conocimientos teóricos actualizados y valores éticos cristianos que les permitan desempeñarse de manera ética y responsable en el campo de la comunicación.
2. Promover el compromiso social: Fomentar en los estudiantes una conciencia crítica sobre los problemas sociales y la importancia del papel del comunicador en la promoción del cambio social, a través de proyectos y prácticas que contribuyan al bienestar de la comunidad.
3. Impulsar la excelencia académica: Proporcionar una formación de calidad que combine la teoría y la práctica de la comunicación, promoviendo la investigación, la innovación y el pensamiento crítico en nuestros estudiantes.
4. Estimular la innovación emprendedora: Capacitar a los estudiantes en el uso de herramientas y tecnologías de vanguardia en comunicación, fomentando su creatividad y habilidades emprendedoras para desarrollar proyectos comunicativos innovadores y sostenibles.
5. Cultivar una cultura de calidad: Garantizar la mejora continua de los procesos académicos y administrativos del programa, mediante la evaluación constante de resultados, el fortalecimiento de la infraestructura y el apoyo al desarrollo profesional del cuerpo docente y administrativo.

3. PERFILES DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. PERFIL DEL ESTUDIANTE

Personas con características y habilidades en el campo de la comunicación que tengan gusto por la lectura, la escritura y los medios interactivos. Con interés hacia trabajo colaborativo y del aprendizaje constante

3.2. PERFIL DE EGRESO

El perfil de egreso del programa de Comunicación Social de Misión Paz Corporación Universitaria es un profesional con habilidades para crear y gestionar contenidos en medios de comunicación tanto tradicionales como digitales. Posee una mentalidad emprendedora y una actitud proactiva, además de un alto nivel de experiencia en la elaboración de proyectos innovadores. Es un estratega en comunicación y también desempeña funciones de gestión e investigación social.

3.3. PERFIL OCUPACIONAL

Los profesionales que comprende el papel primordial de la comunicación social, tanto desde la perspectiva mediática y periodística, como en entornos digitales, organizacionales, y sociales.

4. MODELO PEDAGÓGICO

El Modelo Pedagógico de Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social Misión Paz se configura en el marco de referencia para la organización y el desarrollo metodológico del proceso formativo del estudiante, su interacción con otros actores, los contenidos, los resultados esperados de aprendizaje, la evaluación, las técnicas didácticas y los recursos de apoyo, facilitando el desarrollo de habilidades intereses del individuo en la adquisición de nuevo conocimiento, de manera colaborativa y en comunidad. Distingue los propósitos y el sentido formativo de la institución con la apropiación de didácticas propias de los saberes y con los campos de conocimiento, asegurando el aprendizaje y ordenando los procesos académicos. Se fundamenta en el paradigma sociocrítico, la teoría crítica y el aprendizaje constructivista.

4.1. Propósitos del modelo pedagógico sociocrítico.

La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social Misión Paz, desde los principios de compromiso social, integridad y excelencia, actitud emprendedora e igualdad de oportunidades, despliega el proceso de formación de personas críticas, en un modelo pedagógico sociocrítico que tiene los siguientes propósitos:

- a) Definir los lineamientos pedagógicos, curriculares y organizacionales que fundamentan el desarrollo del proceso formativo de calidad, con formación integral, facilitando el desarrollo de actitudes, competencias y el logro de los resultados esperados de aprendizaje.
- b) Contribuir a la interpretación crítica de las realidades de los territorios y de los fenómenos sociales para la realización de acciones transformadoras con espíritu emprendedor por parte de los actores del proceso de aprendizaje.
- c) Fomentar la inclusión y la diversidad para construir con igualdad de oportunidades una sociedad justa e incluyente.
- d) Facilitar el logro de los resultados esperados de aprendizaje a partir de la trazabilidad de la evaluación analítica y seguimiento continuo a la mejora y la transformación del proceso educativo del estudiante.

4.2. Actores del proceso formativo en el modelo pedagógico.

- a) **Estudiante.** El estudiante tiene un rol protagónico en el proceso de formación. Debe estar en permanente búsqueda de nuevo conocimiento, motivado por el profesor y por un ambiente de aprendizaje adecuado para desarrollar las competencias necesarias que fortalezcan su proceso de aprendizaje y pueda construir su proyecto de vida. Tal como lo expresa Cajiao (2004) que se forme con características de salud emocional, social, auto centrado, con capacidad lógica, desarrollo simbólico, creativo, práctico y físicamente sano. Que logre capacidad de humanizar las acciones y actuaciones, transformar su mundo y proponer soluciones a los diferentes problemas de los contextos que habita.
- b) **Profesor.** Individuo con capacidad de aprender a aprender, aprender a desaprender y aprender a emprender. Profesional con sólida formación académica, experiencia profesional, con perfil idóneo y acorde con la filosofía de la institución. Comprometido en interactuar cordial, responsable y permanentemente con sus estudiantes a través de una comunicación clara y argumentada, orientando y regulando el logro de resultados esperados de aprendizaje de los estudiantes.

4.3. Características del modelo pedagógico

El modelo se concreta en las siguientes características:

- a) Centrar el estudiante como actor protagónico y comprometido con el proceso de aprendizaje con capacidad de generar conocimiento transformador mediado por la investigación y por el uso de las TIC.
- b) Orientar la integración curricular que requiere del aporte de todos los campos profesionales involucrados, como señalan Alonso et al. (2011) de manera colaborativa en un trabajo articulado entre las diferentes áreas del conocimiento que intervienen en el proceso de aprendizaje.
- c) Buscar una formación con sentido y pertinente desde los elementos y las realidades del contexto social, cultural y político y desde las necesidades de formación del estudiante.

4.4. Estrategias pedagógicas

Como estrategias pedagógicas aplicables para dinamizar el modelo pedagógico, se definen:

4.4.1. Aprendizaje significativo.

El aprendizaje significativo es la interacción entre los conocimientos más relevantes de la estructura cognitiva y la nueva información. Comprender como se aprenden los contenidos va más allá de un aprendizaje centrado en reproducir y recordar fuera de contexto no tiene sentido ni significado, como expresa Jerome Bruner (1997): “Un sistema de enseñanza desconectado de la realidad o que la presente a los estudiantes de un modo tan fragmentado y teórico que la haga prácticamente irreconocible no sirve para estimular el interés que es el verdadero motor de la actividad constructiva”.

Esta estrategia aporta a los contenidos de un programa académico un valor sustancial para cumplir con el perfil del estudiante, puesto que le permite reflexionar sobre aspectos éticos, políticos y sociales, relacionados con lo que aprende a partir de la comprensión de situaciones reales que vive y que le dan sentido a su vida.

El profesor se interrelaciona con el estudiante ubicándolo en situaciones de la vida real y motivándolo a visualizar su futuro profesional. En la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social – Misión Paz, las situaciones problemáticas abordan las diferentes dimensiones de las organizaciones y empresas regionales, conectando los contenidos a situaciones que motiven a los estudiantes a la reflexión y a la interacción comunicativa con otras personas.

4.4.2. Aprendizaje colaborativo.

El aprendizaje colaborativo, significa a trabajar juntos y entre pares para alcanzar resultados de aprendizaje con responsabilidad individual y colectiva, ayudándose unos a otros, tomando decisiones conjuntas, comunicándose de manera efectiva creando un clima de confianza.

Trabajar en colaboración para construir el aprendizaje evidencia el modelo sociocrítico porque implica “trabajar con otros”, conocer de otros en una experiencia permanente de socialización que orienta el logro de los resultados de aprendizaje en una relación recíproca con los demás.

El aprendizaje colaborativo tiene entonces, implícita una relación social, basada en la interactividad y la retroalimentación de saberes de varias personas, en la que no sólo es importante el aprendizaje como resultado; sino también, el proceso social que se deriva del acto maravilloso de aprender con otros. Aprender con y de los otros, implica para la persona que aprende, caminar por diferentes trayectos de la construcción de conocimiento, que inicia con el recorrido de la duda, continúa con el del análisis y finaliza con el de la definición, en un viaje colectivo y de acción conjunta. En este sentido y de acuerdo con las necesidades de aprendizaje de los individuos, se van estableciendo en la elaboración del conocimiento, eventos mentales que se reflejan en las experiencias comunes que ocurren en el desarrollo de la tarea por la cual interactúan. Duque (2008).

Los hermanos David y Roger Johnson, reconocen los siguientes elementos importantes en el desarrollo del aprendizaje colaborativo: la cooperación. Y la responsabilidad individual.

El rol del profesor requiere planificar para potenciar el aprendizaje, generar ambientes adecuados, supervisar el trabajo de los equipos, centrar la atención en el estudiante, favorecer la inclusión para atender la diversidad, evaluar el nivel de aprendizaje y acompañarlo en todo su proceso.

4.4.3. Aprendizaje autónomo

El aprendizaje autónomo forma individuos con la responsabilidad sobre su propio aprendizaje, con capacidad de negociar y tomar decisiones a partir de sus propias apreciaciones de la realidad social, de los valores, costumbres y creencias.

El profesor facilita el aprendizaje autónomo:

- a) Permitiendo la participación activa del estudiante en la construcción de su conocimiento.
- b) Organizando tiempos para entrega oportuna de tareas
- c) Proponiendo formas de trabajar en equipo
- d) Potenciando el pensamiento crítico mediado por la reflexión y el análisis.
- e) Realizando actividades que fomenten la iniciativa y la autogestión.

4.4.4. Aprendizaje experiencial

Esta estrategia pedagógica permite gestionar el conocimiento y procesar la información de la situación vivida por los estudiantes que les posibilita adquirir conocimiento desde la experimentación activa y la observación. En este sentido facilita a sus estudiantes la realización de diversas actividades tales como:

- a) Salidas académicas y visitas a empresas del sector
- b) Pasantías nacionales e internacionales.
- c) Participación en proyectos de investigación y eventos académicos.
- d) Participación en acciones formativas extracurriculares.
- e) Contacto con la manipulación de equipos, dispositivos y herramientas, para interpretar y aplicar los fenómenos físicos de una disciplina.

4.5. Didácticas pedagógicas

Como didácticas pedagógicas aplicadas al modelo pedagógico sociocrítico, se pueden utilizar: Método de casos. Método de caso problema. Asignación de labores académicas. Círculos de estudio o grupos de trabajo. Seminario. Conferencia. Panel. Simposio. Ponencia de expertos. Conversatorios. Debates. Foros. Monitorias. Trabajo y estudio de campo. Juego de roles. Juego de empresas. Simulaciones por computador. Taller. Tutoría. Igualmente, el proyecto integrador, el proyecto de grado y la clase magistral.

4.6. Proyecto Integrador.

El propósito del proyecto integrador es la articulación de los contenidos de los cursos de cada momento académico del estudiante, procurando fomentar el aprendizaje, basado en los aportes al desarrollo de las teorías del aprendizaje humano en tiempos recientes, que relaciona entre sí los conceptos y el ser humano aprende significativamente.

El proyecto integrador le apuesta a que el estudiante encuentre sentido y articule los conocimientos de todos los cursos matriculados en un periodo académico (sincronismo) que lo lleva a la formulación de un proyecto, preferiblemente de aplicación práctica. Este sincronismo se complementa con otro proceso diacrónico que tiene intenciones de formación de más largo tiempo, como sucede con las áreas de formación y ejes transversales del programa.

En ese sentido, se asume como una propuesta de trabajo teórico-práctico que integra conocimientos y habilidades profesionales con los contenidos y temáticas de los cursos matriculados en el periodo y que posibilita además unificar el discurso de los profesores. También se concibe como el modo de organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, abordando el estudio de una situación problemática real, donde se compromete tanto el estudiante como el profesor para lograr un aprendizaje significativo. Parte de un concepto que interese al programa académico, a la facultad, ya definido como concepto aglutinador y en torno al cual se define la problemática. Los requerimientos y mecanismos de seguimiento y evaluación se acuerdan, definen y publican periódicamente.

Cada semestre se actualiza la temática del proyecto integrador que será socializado a los estudiantes.

4.6.1. Propósitos de la implementación del proyecto integrador:

- a) Lograr los resultados esperados de aprendizaje establecidos por el programa académico.
- b) Motivar y contextualizar los aprendizajes.
- c) Lograr mayor nivel de integración entre temas y cursos del periodo y una significativa articulación entre la teoría y la práctica.
- d) Propiciar la adquisición temprana de habilidades profesionales.
- e) Facilitar su transferencia a otras situaciones de las estudiadas en el aula.
- f) Fomentar el trabajo en equipo donde el estudiante tenga la oportunidad de descubrirse a sí mismo, en relación con los demás y donde la organización, la cooperación y la disciplina surjan del grupo mismo.

- g) Comprometer al estudiante en el conocimiento de la realidad, reconociéndose como un ser único que participa en ella a través de sus opiniones, experiencias y aportes.
- h) Posibilitar en el estudiante el desarrollo de habilidades, destrezas, afectos, conocimientos, saberes, valores, creatividad, imaginación y normas, en una vivencia relacionada con sus necesidades y aspiraciones.

Dentro de la planeación de los proyectos integradores se definen espacios para la socialización, tanto de los avances como del producto final; estos espacios, son compartidos por todos los profesores y estudiantes del periodo, en los que se definen criterios que valoran el proceso de aprendizaje desarrollado en los cursos, el logro de los resultados esperados de aprendizaje de los estudiantes y la concreción de los objetivos propios del programa académico, permitiendo además una evaluación permanente e integral del estudiante.

4.7. Proyecto de grado.

Además de constituirse en requisito para optar al título, se considera como un espacio de nuevas posibilidades para que el estudiante confronte sus saberes con la realidad, les dé sentido a éstos y ponga en juego esas potencialidades y capacidades que el proceso de formación ha acrecentado.

En algunos casos y bajo criterios claros predeterminados, el proyecto de grado se asumirá como aporte al trabajo de los diferentes grupos de investigación que definan los programas y sus facultades en la modalidad de la investigación dirigida.

El proyecto de grado tiene los siguientes objetivos:

- a) Identificar un objeto de estudio.
- b) Delimitar el problema a trabajar.
- c) Entrar en relación con varios referentes.
- d) Comprobar e identificar el estado de la situación planteada.
- e) Proponer a partir de conceptualizar.
- f) Implementar la solución.
- g) Verificar la validez de la propuesta.

4.8. Clase magistral.

Es la didáctica pedagógica de mayor uso, en la que el profesor selecciona, analiza y organiza los contenidos de un curso para la comprensión del estudiante. La clase magistral brinda información por parte del profesor, que debe ser pertinente, estructurada, con preguntas que favorezcan la participación, tareas y preparada previamente. Permite que el profesor resuma ideas al final de la clase y anticipe temas de la próxima.

5. LINEAMIENTOS CURRICULARES

5.1. Concepto de currículo.

Currículo es el conjunto de criterios, planes de estudio, programas, metodologías, y procesos que contribuyen a la formación integral y a la construcción de la identidad cultural nacional, regional y local, incluyendo también los recursos humanos, académicos y físicos para implementar el Proyecto Educativo Institucional, poner en práctica las políticas y desarrollar el modelo pedagógico sociocrítico.

5.2. Currículo basado en competencias

La formación basada en competencias constituye una propuesta que parte del aprendizaje significativo y se orienta a la formación humana integral como condición esencial de todo proyecto pedagógico; integra la teoría con la práctica en diversas actividades; promueve la continuidad entre todos los niveles educativos y entre estos y los procesos laborales y de convivencia; fomenta la construcción del aprendizaje autónomo; orienta la formación y el afianzamiento del proyecto ético de vida; y busca el desarrollo del espíritu emprendedor como base del crecimiento personal y del desarrollo socioeconómico. (SENA)

5.3. Competencias.

Son conjuntos articulados capacidades, habilidades, disposiciones, actitudes y aptitudes que hacen posible comprender y analizar problemas o situaciones y actuar coherente y eficazmente, individual o colectivamente, en determinados contextos. Son susceptibles de ser evaluadas mediante resultados de aprendizaje y se pueden materializar en la capacidad demostrada para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales, profesionales y metodológicas en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal. Las competencias le pertenecen al individuo y este las continúa desarrollando por medio de su ejercicio profesional y su aprendizaje a lo largo de la vida. CESU (2020).

5.4. Características del currículo.

5.4.1. Flexible.

Facilita los procesos de homologación y de convalidación de cursos y títulos entre instituciones de educación superior nacional e internacional a través de los créditos académicos establecidos para la Educación Superior y, permite a los programas la oferta de cursos que los estudiantes puedan asumir en su ruta formativa, indicando la diversidad de rutas con las que se cuenta.

5.4.2. Interdisciplinar.

Reconoce la interacción de saberes entre sí y de diferentes disciplinas, para la búsqueda de soluciones a problemas de investigación en diversos contextos. Interacción mediada por el aprendizaje colaborativo, autónomo y significativo donde la *cooperación entre varias disciplinas o sectores heterogéneos de una misma ciencia llevan a interacciones reales, hacia una cierta reciprocidad de intercambio que dan como resultado un enriquecimiento mutuo.* (Piaget, 1977:67). La interdisciplinariedad propone el desarrollo de actividades formativas en un contexto al que concurren profesores de distintas áreas y programas.

5.4.3. Secuencial.

El plan de estudios de cada programa académico debe basarse en un diseño de secuencia lógica y organizada de los contenidos de tal manera que garanticen la continuidad y la integración de los saberes en función de su complejidad, análisis y la profundidad. La secuencialidad en cada programa académico relaciona los propósitos con los contenidos, las competencias, las actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje que promuevan la formación integral de los estudiantes.

6. DISEÑO CURRICULAR

6.1. Macrocurrículo.

El Macrocurrículo define las áreas de formación de los planes de estudio.

6.1.1. Áreas de formación.

El área de formación es un espacio de conocimientos relevantes para reflexión, análisis, interpretación y solución y el diseño curricular de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social – Misión Paz, define las siguientes:

6.1.2. Área de formación institucional.

Se refiere a los cursos del plan de estudios que materializan los propósitos misionales y los fundamentos filosóficos de la Corporación con el propósito de facilitar la construcción de identidad en el estudiante y garantizar su formación integral.

6.1.3. Área de formación disciplinar.

Cursos que aportan herramientas disciplinares teóricas y prácticas con el fin de generar conocimiento, competencias, métodos y procedimientos para fundamentar la formación profesional.

6.1.4. Área de formación complementaria.

Aporta herramientas para el desarrollo personal como seres autónomos con competencias para el análisis social, político, ambiental, ético y económico propio de la profesión con sentido crítico. Esta área está constituida por electivas de profundización y electivas libres.

6.1.4.1. **Electivas de profundización.** Cursos de líneas de énfasis, que permiten la profundización para el ejercicio de la profesión.

6.1.4.2. **Electivas libres.** Cursos que estudiante escoge libremente de un portafolio que le brinda la institución para favorecer el conocimiento interdisciplinario.

6.2. Mesocurrículo

El Mesocurrículo contempla los perfiles, los resultados esperados de aprendizaje, los créditos académicos, la ruta formativa y la evaluación.

6.3. Perfiles

6.3.1. **Perfil del profesor.** El perfil del profesor de la Corporación corresponde a la imagen social del maestro que ostenta título profesional acorde con la naturaleza del programa académico al que se vincula. Reúne las calidades exigidas para el desempeño del cargo. Respetuoso, asertivo, responsable, disciplinado, ético, con liderazgo y un ser humano en mejora continua.

6.3.2. **Perfil del estudiante.** Los programas académicos de la Corporación están diseñados para formar profesionales de diversos sectores sociales, políticos, económicos, religiosos y de diferentes sitios geográficos y el ingreso a cualquier programa académico requiere que el estudiante tenga interés en aprender, en el liderazgo, en la creación e innovación y con disciplina, responsabilidad y constancia. Criterios fundamentales para la apuesta institucional de formar un profesional con visión crítica, humanista, ético, autónomo y con capacidad de trabajar en equipo.

6.4. Resultados Esperados de Aprendizaje. (REA).

Los resultados esperados de aprendizaje son concebidos como las declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico. Se constituyen en el eje de un proceso de mejoramiento en el que se evalúa el grado en el cual el estudiante se acerca a obtener los resultados definidos por el programa académico. A partir de ellos se llevan a cabo ajustes en los aspectos curriculares para lograr un proceso de aprendizaje más efectivo. Los resultados de aprendizaje serán establecidos teniendo en cuenta las tendencias de las disciplinas que configuran la profesión; el perfil de formación que se espera desarrollar; la naturaleza, nivel de formación y modalidad del programa académico; y los estándares internacionales. Los resultados de aprendizaje se definirán para un programa académico específico. (CESU, 2020).

Los REA se enfocan en lo que el estudiante apropia en el conocimiento aprendido integrando el **saber**, el **saber hacer** y el **saber ser**, y conducen al perfil de egreso.

6.5. Créditos académicos.

Un crédito académico es la unidad de medida del trabajo académico del estudiante que indica el esfuerzo a realizar para alcanzar los resultados de aprendizaje previstos. El crédito equivale a cuarenta y ocho (48) horas para un periodo académico y las instituciones deberán determinar la proporción entre la relación directa con el profesor y la práctica independiente del estudiante, justificada de acuerdo con el proceso formativo y los resultados de aprendizaje previstos para el programa. Las instituciones deberán expresar en créditos académicos de todas las actividades de formación que estén incluidas en el plan de estudios.

Son objetivos de la política de créditos académicos los siguientes:

- a) Planificar el trabajo o estudio del estudiante en cada una de las actividades académicas, durante el período académico y en su proceso de formación
- b) Potenciar la autonomía del estudiante con el trabajo independiente durante su proceso de formación.
- c) Fomentar la flexibilidad curricular y la movilidad estudiantil en cada programa académico, entre los distintos niveles de formación al interior de la institución y entre instituciones de educación superior nacionales e internacionales, facilitando la homologación de cursos, prácticas y equivalencias de títulos.

El número de créditos de una actividad académica en el plan de estudios, será aquel que resulte de dividir en cuarenta y ocho (48) el número total de horas que debe emplear el estudiante para cumplir satisfactoriamente los Resultados Esperados de Aprendizaje en un periodo académico de dieciséis (16) semanas. Para los efectos de este capítulo, el número de créditos de una actividad académica será expresado siempre en números enteros. El número de créditos de una actividad académica será expresado sin excepción, en números enteros.

La determinación del número de créditos de cada actividad académica es responsabilidad del programa académico que debe fijar el tiempo de dedicación necesario para que el estudiante alcance los resultados de aprendizaje y la evaluación y se hará explícito en los Syllabus de cada curso.

La relación de horas de trabajo académico y número de créditos se organiza de acuerdo con el nivel de formación y aplica para todas las modalidades, tal como se establece en la Política de Créditos Académicos.

6.6. Ruta formativa.

La ruta formativa expresa la distribución de los créditos académicos en las áreas de formación y los periodos establecidos en el plan de estudios de los programas. Se constituye para cada programa académico en la secuencia flexible y guiada de los cursos establecidos, para que el estudiante escoja su tránsito por el plan de estudios de manera responsable y en función de sus capacidades, necesidades y preferencias de formación.

6.7. Evaluación.

En el Reglamento Estudiantil de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social – Misión Paz, especifica las pruebas académicas para los estudiantes y considera la evaluación de carácter formativo basada en procesos, con el propósito de identificar los avances que el estudiante alcanza en relación con los resultados esperados de aprendizaje, propósitos, aptitudes, comportamientos, competencias y valores.

La evaluación por procesos permite analizar en forma global los logros, limitaciones del estudiante y las causas y circunstancias que inciden en su proceso de formación. Además, redimensionan el papel que juegan los contenidos en el desarrollo de las competencias y los resultados esperados de aprendizaje.

La evaluación recoge el trabajo independiente o autónomo del estudiante y el trabajo de acompañamiento que realiza el profesor de manera directa de acuerdo con las actividades establecidas en el Syllabus.

Como medios de evaluación, cada profesor define los que considere apropiados para el curso que orienta como: Estudio de caso. Exposición. Examen escrito u oral, foro virtual, ensayo, memoria, informe, trabajo escrito, mapa conceptual y debate. Práctica especializada, dramatizaciones y consulta o revisión bibliográfica.

Como instrumentos de evaluación se registra el uso de rubrica de evaluación estructurada con el propósito de desagregar el trabajo que se asigna al estudiante. Se utiliza como guía de valoración y de ayuda al estudiante para evaluar su progreso.

El profesor hace uso de la evaluación para orientar y realimentar el proceso de formativo que le facilita al estudiante valorar, retroalimentar y proyectar su aprendizaje. Se fundamenta en el dialogo permanente del profesor con el estudiante, convirtiendo la evaluación en una oportunidad de mejora permanente y reguladora de aspectos positivos y negativos que surgen en el proceso de aprendizaje.

6.8. Microcurrículo

El Microcurrículo está conformado por los cursos, contenidos de los cursos y syllabus.

6.8.1. Cursos.

Los cursos son una unidad de tiempo que articula conocimientos y practicas o problemas organizados para el desarrollo del proceso formativo. Se desarrollan en un determinado periodo, por créditos y mediados por seminarios, módulos, talleres y laboratorios.

6.8.2. Contenidos

Los contenidos refieren un conjunto integrado de saberes o conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que se adquieren durante el proceso formativo. Deben ser secuenciados y ordenados para asegurar su articulación con los propósitos de formación del programa académico y las actividades de aprendizaje que realizan los estudiantes.

6.8.3. Syllabus

El syllabus registra el plan docente formulado por el profesor definiendo qué y cómo se aprende, orientado el trabajo formativo del estudiante y lo que se espera aprender en el curso. Se consignan aspectos fundamentales como: contenidos, los tiempos, créditos, horas de trabajo dirigido, horas de trabajo autónomo, prerrequisitos, propósitos, competencias, actividades de trabajo del estudiante, resultados esperados de aprendizaje, estrategias y didácticas de aprendizaje y rubrica de evaluación.

6.8.4. Medios Educativos

El modelo pedagógico requiere para su desarrollo de la preparación de una serie de actividades, de múltiples recursos para facilitar el aprendizaje por parte de los estudiantes y se considera de vital importancia contar con el apoyo en las TIC que permiten combinar elementos clásicos e innovadores, sistemas educativos convencionales y no convencionales, plataformas, software educativo, materiales didácticos, guías de aprendizaje, textos digitalizados o en formato escrito, garantizando:

Servicios de biblioteca y hemeroteca dotada de libros, revistas y medios informáticos y telemáticos suficientes, actualizados y especializados, con acceso a los usuarios de las bases de datos, procesos de capacitación a los usuarios de los programas para la adecuada utilización de los recursos, condiciones logísticas e institucionales suficientes para el desarrollo de las prácticas profesionales y laboratorios cuando se requieran.

7. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA Y EPISTEMOLÓGICA DEL PROGRAMA.

Para un programa de formación profesional en Comunicación Social, el sentido de lo global es pertinente y natural. Sólo desde la lógica de lo global se podría entender y apreciar la necesidad e importancia de esta formación. Teniendo en cuenta que el fenómeno de la globalización no sólo demanda nuevos profesionales, sino que demarca el perfil de éstos. Vemos como los comunicadores sociales es uno de esos perfiles que son imprescindibles en cualquier organización moderna.

Este se caracteriza por, sin desconocer la dimensión teórica del tema, tenga las competencias para hacer la “interfaz” entre los diversos escenarios, actores y temporalidades que definen o enmarcan una realidad Global. En este sentido, encontramos la comunicación como una teoría que permita la formación de la sociedad (Piñuel, 1986). Esto se soporta bajo el concepto de aldea global que dio origen a los entornos de la globalización en la teoría de McLuhan en su libro *Aldeas Globales*.

Por otra parte, McLuhan establece que el futuro de la sociedad y su estabilidad se asocian a las técnicas de la comunicación y al comunicador (McLuhan M. , 1964).

En Misión Paz Corporación Universitaria esto se traduce en la formación como un influenciador de proyectos sociales y bajo el orden de la influencia de los medios como constructores de la cultura y el entorno global.

Por otro lado, la comunicación social y las herramientas digitales se contemplan como la base de la generación de entornos de desarrollo. O como lo manifiesta Marshall McLuhan: todos los cambios sociales son el efecto que las nuevas tecnologías ejercen sobre el orden de nuestras vidas sensoriales (McLuhan M. y., 1995).

Por lo tanto, la comunicación es el eje del comportamiento de las organizaciones, la cultura y los individuos. Se concibe más que un acercamiento entre medios y sociedad:

La resultante dialéctica de los vectores de poder, los intereses y actores sociales. Para Carey, la comunicación de masas tiene un carácter reflexivo, ya que no sólo describe o informa, sino que crea y transforma. La sociedad se ve en el espejo de los medios y actúa sobre su imagen, modifica la realidad. La comunicación no sólo es transmisión de información, sino un vínculo reflexivo con la comunidad, una interacción con su contexto cultural (Carey, 1989)

La teoría de la acción comunicativa de Habermas analiza la comunicación como la base de la creación de las ideas en las esferas públicas y su enfoque en la construcción de la sociedad democrática como base de la formación de la opinión pública (Habermas, 1981). De allí que la comunicación exista en una sociedad, para desde resolver la necesidad de relacionarse del individuo en la sociedad. De igual manera, la construcción de este espacio común de pertenencia llamado espacio público, se construye a partir de la deliberación activa de los ciudadanos. En este contexto, se hacen necesarios medios de comunicación que sean capaces de generar este espacio democrático. Así pues, la necesidad de comunicarse como sociedad existe mucho antes de que Gutenberg desarrollara la imprenta o de que Morse comenzara a mandar puntos y guiones o que hubiera una red global llamada internet (Dominick, 1983).

Dado que el Currículo del programa de Comunicación Social se fundamenta en el concepto de Competencia, en sus tres dimensiones, Saber Saber, Saber Hacer y Saber Ser, la relación Empresa – producto – mercado se aborda desde cada una de las dimensiones; todo el conocimiento (SABER SABER) que existe sobre la empresa, los productos y el mercado son parte de los contenidos de las asignaturas (En los microcurrículos se denomina conocimientos esenciales de las Competencias) y como tal el estudiante los aprende; la experiencia profesional del profesor se aporta al momento de aprendizaje y ese el contexto en que se aplica es lo que permite que ese conocimiento encuentre su sentido para la aplicación en la realidad y se dé en la mente del estudiante el aprendizaje que tiene significado (SABER HACER) y por último, ese contexto dado en el hacer se complementa con la forma correcta de aplicarlo según el tamiz de los principios y valores que profesa Misión Paz Corporación Universitaria, y sumado a un buen testimonio se completa la dimensión de la transformación del ser (SABER SER).

Entiéndase que estas tres dimensiones se evidencian en la ejecución de la clase, dentro del aula y de forma simultánea, por ello, el profesor de Misión Paz Corporación Universitaria debe ser consciente de esta oportunidad y aprovecharla.

En esa dirección el currículo se estructura en diferentes saberes que aportan al futuro profesional de comunicación social en campos como la comunicación organizacional, la comunicación digital, los medios masivos y la comunicación estratégica. Logrando la conexión en un mundo globalizado entre la empresa, el producto y el mercado con las mejores prácticas profesionales y dentro de los más estrictos comportamientos éticos.

El reto está en cómo en el momento de verdad frente a los estudiantes el profesor es consciente de estas tres dimensiones (Saber Saber, Saber Hacer y Saber Ser) y sin olvidar ninguna las ejecuta. Para evidenciar esta forma ideal de aprendizaje de Misión Paz Corporación Universitaria plantea y ejecuta los siguientes momentos:

Definición de las Competencias que se van a implementar en la transformación de los estudiantes. Los directivos del programa revisan diferentes fuentes calificadas (al inicio del programa de Comunicación Social en el año 2016, este concepto de la competencia no era muy difundido y como apuesta pedagógica se cree que fue un gran acierto, pues con el pasar del tiempo es muy usual ahora ver como las competencias se integran al currículo de los programas de formación), como Proyecto Tuning, el Observatorio Laboral y Ocupacional Colombiano y propuestas pedagógicas de otras Instituciones de Educación Superior del mundo. Más adelante se presentan las Competencias que serán desarrolladas en el programa. Con estas competencias definidas, la Corporación presenta a cada profesor por semestre el listado definitivo y este define en cuál de ellas su asignatura participa.

Verificación de los Conocimientos Esenciales de las Competencias. Una vez se definen las Competencias a desarrollar, la Dirección del Programa valida con los respectivos profesores la importancia y pertinencia de los conocimientos asociados a las competencias definidas.

Con la validación y aprobación del director del Programa, se plantea la elaboración de los microcurrículos, que es el que en definitiva se implementa en el aula de clase y evidencia las tres dimensiones. El profesor entonces recibe los Conocimientos Esenciales y Desempeños Esperados de las Competencias y los comportamientos para su asignatura.

7.1. ENFOQUE TEÓRICO DESDE LOS AUTORES

7.1.1. Comunicación organizacional

Desde herramientas administrativas desarrollando planes de comunicación a la medida de las necesidades y apoyado en estrategias especializadas. Estas herramientas se fundamentan en teóricos como William Whyte que cataloga la comunicación organizacional como la base de los 'hombres organización' debido al tiempo que pasamos dentro de distintas organizaciones. En 1973, Harry Levinson sostiene que esta clasificación sigue siendo cierta, ya que "el noventa por ciento de las personas que trabajan lo hacen dentro del marco de una *organización*". Por tanto, la comunicación en las organizaciones permite resolver los "*problemas humanos*" (Publishers)

7.1.2. La comunicación digital

El trabajo del comunicador social no se limita a creadores de contenido digital, audiovisual, periodístico u organizacional, sino que abre un abanico de oportunidades en el mercado profesional y laboral desde la mirada del fortalecimiento de las relaciones con los consumidores, el mercado y sus necesidades apoyado en la búsqueda de las relaciones sólidas como eje para establecer y extender el valor de la marca, el fortalecimiento y la protección de la corporación y la reputación del producto. El contenido incluye nuevas ideas, investigaciones y opiniones que impulsan a la construcción de nuevas sociedades, otorgando (Weber, 2009).

7.1.3. La comunicación Estratégica

Facilita la relación entre los miembros de una organización y sus esferas internas y externas, así mismo permite diseñar y planificar aquellas estrategias operativas de Relaciones Públicas que deberán seguirse rigurosamente en las diferentes situaciones de crisis, logrando el tratamiento de la información más adecuado para cada caso y siempre con unos objetivos prefijados (Cabrero, 2005).

7.1.4. La comunicación de medios

De acuerdo a McLuhan la comunicación se basaba en el entorno frío para los países atrasados en los niveles de comunicación y calientes para los países que aportan crecimiento e innovación al uso de los nuevos medios (McLuhan M. , 1964)

7.1.5. Características principales de la comunicación social eficaz

- Asociación. La comunicación social, permite la conexión entre los miembros de la sociedad, la industria y organizaciones desarrollando así las comunidades digitales que mediante diversas plataformas facilitan la recepción de noticias sobre mejoras de la compañía, la innovación y el desarrollo social o corporativo. (Weber, 2009)
- Investigación y desarrollo. El aislamiento es el mayor obstáculo para la innovación de productos y servicios. A la inversa, la colaboración estimula nuevas ideas y nuevos enfoques que pueden conducirnos a encontrar soluciones de avanzada para problemas complejos. Blogs, wikis (sitios web que le permiten al usuario agregar, quitar o editar contenido fácilmente), comunidades en línea y las redes sociales reúnen a los desarrolladores de productos en tiempo real. Las herramientas de las redes sociales también permiten crear numerosas oportunidades para fortalecer y ampliar las comunicaciones del empleado. (Weber, 2009).
- La codificación: se refiere a la actividad por la que atraviesa la fuente para traducir los pensamientos y las ideas de forma que pueden ser percibidos por los sentidos. La decodificación es el opuesto al de codificación; consiste en actividades que traducen o interpretan mensajes físicos a una forma que signifique algo para el receptor. Hall establece en la teoría de la recepción y la construcción de significados que la codificación/decodificación ha sido muy influyente en la epistemología de la comunicación al sugerir que la producción de significados depende tanto del emisor como del receptor. (Hall, 1973)
- Los canales se refieren a la forma en que el mensaje viaja hacia el receptor. Se apoya en herramientas como los medios digitales, físico y masivos.

Estas bases teóricas y epistemológicas sustentan el programa de Comunicación Social de Misión Paz Corporación Universitaria, el cual está diseñado para satisfacer las demandas del mercado actual y las necesidades del nuevo comunicador. A través de su plan de estudios y estructura curricular, el programa se adapta a las exigencias del medio, el comportamiento del consumidor, las dinámicas de la industria y las instituciones, así como a los entornos de conocimiento emergentes. Con un enfoque centrado en el perfil del comunicador del siglo XXI, este programa se propone fortalecer las competencias necesarias para enfrentar los desafíos de un mercado globalizado y las demandas de nuevos consumidores digitales y tecnológicos.

8. ESTRUCTURA CURRICULAR:

Se presenta el plan de estudios del programa de Comunicación Social de Misión Paz Corporación Universitaria.

PLAN DE ESTUDIOS COMUNICACIÓN SOCIAL									
Área de Conocimiento	Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI	Semestre VII	Semestre VIII	
ÁREA DE FORMACIÓN PROFESIONAL: COMUNICACIÓN SOCIAL	Expresión Oral y Escrita I 3 T.P.	Expresión Oral y Escrita II 3 T.P.	Redacción periodística 3 T.P.	Géneros Periodísticos I 3 T.P.	Géneros Periodísticos II 3 T.P.	Comunicación, cultura y sociedad 3 T.	Comunicación Estratégica 3 T.P.	Prácticas II 4 P.	
	Escenarios y Evolución de la Comunicación 3 T.	Expresión y producción sonora 3 T.P.	Taller de Radio 3 T.P.	Periodismo Radial 3 T.P.	Comunicación Digital 3 T.P.	Comunicación Gráfica I 3 T.P.	Social Media I 3 T.P.	Social Media II 3 T.P.	
	Taller de Imagen y Fotografía I 3 T.P.	Epistemología de la Comunicación 3 T.	Marketing Digital 3 T.P.	Comunicación organizacional 3 T.					
		Metodología de la investigación I 2 T.	Metodología de la investigación II 2 T.		Seminario de la investigación 3 T.	Opción de grado I: (Proyecto de grado o diplomado) 3 T.	Opción de grado II: (Proyecto de grado o diplomado) 3 T.		
		Fundamentos, Creación y Desarrollo de Empresas 3 T.	Semiótica 3 T.	Comunicación Audiovisual 3 T.P.	Práctica 4 P.	Producción Multimedia 3 T.P.	Comunicación para el Cambio Social 3 T.P.	Marketing y Publicidad Digital 3 T.P.	
ELECTIVAS	Electiva de lectura y escritura 3 T.				Ética y moral 3 T.	Electiva Complementaria I: Estudio de Mercado e inteligencia competitiva 3 T.P.	Electiva Complementaria II 3 T.P.	Electiva Complementaria III 3 T.P.	
Institucional	Finanzas personales 2 T.								
	Inglés I (Beginner) 3 T.P.	Inglés II (A1) 3 T.P.	Inglés III (A2) 3 T.P.	Inglés IV (B1) 3 T.P.	Responsabilidad ambiental 2 T.P.			Responsabilidad Social y Empresarial 1 T.	
	Cátedra Misión Paz 0 T.	Constitución Política de Colombia 1 T.	Cosmovisión Cristiana II 0 T.	Arte, cultura y deporte 1 P.				Interculturalidad e inclusión social 2 T.	
	Proyecto de vida 1 T.		Herramientas Ofimáticas - TIC 1 T.P.	Liderazgo 2 T.					
	Créditos Semestre I 18	Créditos Semestre II 18	Créditos Semestre III 18	Créditos Semestre IV 18	Créditos Semestre V 18	Créditos Semestre VI 18	Créditos Semestre VII 18	Créditos Semestre VIII 18	
Nombre de la Asignatura	#	Créditos Académicos	T.P.	Elaborado Por:	Revisado Por:	Aprobado por:	A actualizado:	TOTAL CRÉDITOS ACADÉMICOS DEL PROGRAMA	
	X	Tipo de Asignatura	T Teórica - Práctica	Comité Curricular	Sandra de las Lajas Torres Paz	Consejo Académico	29 de marzo de 2023	144	
			P Práctica	23-oct-23	Recebra	Acta Reunión No 77.	23 de octubre de 2023		
Prerrequisito									

9. EXPLICAR LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO

Las áreas de conocimiento en un programa de Comunicación Social pueden variar según la institución y el enfoque específico del programa, pero generalmente incluyen:

Teoría de la Comunicación: Estudio de los principios y modelos teóricos que subyacen a la comunicación humana y mediática.

Periodismo: Abarca habilidades de investigación, redacción, edición y producción de contenido periodístico para diferentes medios (impreso, digital, audiovisual, etc.).

Comunicación Corporativa: Se enfoca en la comunicación interna y externa de las organizaciones, incluyendo relaciones públicas, publicidad, gestión de crisis, y comunicación organizacional.

Comunicación Audiovisual: Estudio de la producción y realización de contenido audiovisual, como cine, televisión, documentales, y medios digitales.

Comunicación Digital y Multimedia: Cubre las plataformas digitales, redes sociales, diseño web, producción de contenido multimedia, y estrategias de marketing digital.

Comunicación Política: Analiza la comunicación en el ámbito político, incluyendo campañas electorales, relaciones con los medios, y comunicación gubernamental.

Comunicación Intercultural: Explora la comunicación en contextos culturales diversos, incluyendo la comprensión de la diversidad cultural y las estrategias de comunicación intercultural.

Comunicación Estratégica: Se centra en la planificación y ejecución de estrategias de comunicación para alcanzar objetivos específicos en diversos contextos, ya sea empresarial, gubernamental, o social.

Estas áreas proporcionan una base sólida para que los estudiantes de Comunicación Social adquieran conocimientos y habilidades necesarias para una variedad de carreras en medios de comunicación, relaciones públicas, comunicación corporativa, periodismo, entre otros campos relacionados.

10. CRÉDITOS ACADÉMICOS Y EXPLICAR MALLA EL POR QUÉ DE LA CANTIDAD DE CRÉDITOS

Un crédito académico se define como la medida del trabajo académico del estudiante, representando el esfuerzo necesario para lograr los objetivos de aprendizaje establecidos. Cada crédito corresponde a cuarenta y ocho (48) horas durante un periodo académico. Las instituciones deben establecer la proporción entre la interacción directa con el profesor y el trabajo independiente del estudiante, basándose en el proceso de formación y los resultados de aprendizaje del programa. Además, todas las actividades de formación dentro del plan de estudios deben ser expresadas en créditos académicos. Es importante destacar que en Misión Paz Corporación Universitaria existe una política de créditos que se encuentra vigente y aplicable.

Enlace: <https://cudes.edu.co/wp-content/uploads/2024/05/018.-Politica-de-creditos.pdf>

11. MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el Reglamento Estudiantil de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social – Misión Paz, establece los lineamientos para la evaluación académica de los estudiantes, centrándose en una evaluación formativa basada en procesos. Esta evaluación busca identificar los avances del estudiante en relación con los resultados de aprendizaje, aptitudes, comportamientos, competencias y valores.

La evaluación por procesos permite analizar de manera integral los logros y limitaciones del estudiante, así como las causas que inciden en su proceso de formación, redefiniendo el papel de los contenidos en el desarrollo de competencias y resultados de aprendizaje.

Se emplean diversos medios de evaluación, como estudios de caso, exposiciones, exámenes escritos u orales, foros virtuales, ensayos, informes, entre otros, definidos por cada profesor de acuerdo con las características del curso. Los instrumentos de evaluación incluyen el uso de rúbricas estructuradas para desglosar el trabajo asignado al estudiante y guiar su valoración y progreso.

La evaluación se utiliza como una herramienta para orientar y retroalimentar el proceso formativo, fomentando un diálogo continuo entre el profesor y el estudiante. Se enfoca en proporcionar oportunidades de mejora continua y regular los aspectos positivos y negativos del aprendizaje.

11.1. DESCRIPCIÓN Y DISEÑO DE LOS MECANISMOS DE EVALUACIÓN

El Reglamento Estudiantil, presenta los lineamientos de actuación de los estudiantes de Misión Paz Corporación Universitaria. En el Reglamento Estudiantil de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social – Misión Paz establece los lineamientos para la evaluación académica de los estudiantes, con el objetivo de monitorear su progreso en relación con los objetivos académicos definidos.

Se requiere que los estudiantes estén al día con los aspectos financieros y académicos para presentar cualquier evaluación académica, que se califica en una escala de 0.0 a 5.0 con una sola cifra decimal y siguiendo las normas de redondeo matemático. Las evaluaciones académicas incluyen pruebas parciales, exámenes finales, proyectos integradores, pruebas cortas, supletorios, habilitaciones, validaciones y suficiencias. Cada una tiene definiciones específicas y procedimientos para su realización.

Es importante destacar que las pruebas supletorias permiten reemplazar una prueba parcial no presentada por el estudiante, mientras que las habilitaciones son para aquellos que obtuvieron una nota final entre 2.6 y 3.0. Las pruebas de validación son para estudiantes que buscan transferencias internas o externas, mientras que las pruebas de suficiencia permiten demostrar dominio de cursos no cursados.

Todas las evaluaciones deben realizarse dentro del ámbito educativo definido por Misión Paz Corporación Universitaria y cualquier cambio en la jornada original de la evaluación debe ser acordado y aprobado previamente. Las pruebas de habilitación, supletorios, suficiencia y validación conllevan cargos adicionales, y cualquier modificación en las notas debe ser avalada por el profesor, el director del programa y el decano antes de su cambio oficial.

El profesor hace uso de la evaluación para orientar y realimentar el proceso de formativo que le facilita al estudiante valorar, retroalimentar y proyectar su aprendizaje. Se fundamenta en el dialogo permanente del profesor con el estudiante, convirtiendo la evaluación en una oportunidad de mejora permanente y reguladora de aspectos positivos y negativos que surgen en el proceso de aprendizaje.

12. COMITÉ DE PROGRAMA

El papel crucial del Comité de Programa Académico emerge como un componente fundamental para la efectiva implementación y supervisión de las actividades curriculares y extracurriculares del programa académico. Este comité se posiciona como el ente encargado de hacer el control y seguimiento de dichas actividades, así como del progreso de estudiantes y profesores. Está integrado por la rectoría, la vicerrectoría académica y la dirección del programa académico. Entre las funciones de este comité se encuentran:

- a) Supervisar la aplicación del reglamento estudiantil.
- b) Realizar un seguimiento a los estudiantes del programa.
- c) Fomentar la participación de profesores y estudiantes en proyectos, actividades curriculares y extracurriculares.
- d) Coordinar programas de capacitación para profesores y estudiantes.
- e) Proponer alianzas con otras instituciones para abordar problemáticas complejas desde una perspectiva multidisciplinaria.
- f) Desarrollar estrategias de divulgación para estudiantes y profesores del programa.
- g) Facilitar la creación de alianzas estratégicas con otras instituciones y entidades relevantes.
- h) Analizar la efectividad del programa académico
- i) Proponer ajustes y mejoras para optimizar los resultados del programa académico.
- j) Medir el impacto del proceso de autoevaluación del programa descrito en la política de autoevaluación.

De acuerdo con las indicaciones del reglamento estudiantil, el comité del programa tendrá en cuenta los siguientes artículos:

ARTÍCULO 13. El Comité de Programa Académico podrá cancelar cursos si encuentran irregularidades en el trámite. Este derecho de la Corporación Universitaria aplica en todo momento del periodo académico, no genera devolución de dinero y debe ser informado por escrito al estudiante afectado, el cual tendrá derecho de apelación ante el Consejo de Académico (pág.6, 2023)

ARTÍCULO 19. En el literal B. El Comité del Programa hace el estudio de la solicitud y la aprueba o la niega. Para el caso de la aprobación, el Comité del Programa determinará los cursos a reconocer, denominadas homologaciones.

ARTÍCULO 20: En el literal D. El Comité de Programa hace el estudio de la solicitud. Y en el literal F. Para el caso de la aprobación, el Comité de Programa determinará los cursos a reconocer, denominadas homologaciones

ARTÍCULO 23. La obsolescencia o cambios en el conocimiento del curso, así se cumplan los otros requisitos, pueden ser motivo de no homologación según directriz del Comité del Programa. En tal caso, el Comité del Programa informará por escrito los motivos que sustentan esta decisión.

ARTÍCULO 26. En el literal B. Estudiante Asistente: es aquel que por autorización del comité del programa académico asiste a uno o varios cursos ofertados en la Corporación Universitaria

ARTÍCULO 32. La nota definitiva de un curso perdida por faltas de asistencias es de 1.0. el Comité de Programa informará a Registro Académico sobre esta situación

ARTÍCULO 62. En casos especiales, los estudiantes que estén aprobados por el Comité de Programa para dicho proceso podrán tener otras consideraciones:

a. Otorgar el título o certificado sin la presencia del candidato. Para ello se requiere que el estudiante otorgue poder ante notario para tramitar la solicitud del título y recibir el diploma y el Acta de Grado correspondientes a interpuesta persona. Si el estudiante se encuentra en el exterior, esta solicitud se debe tramitar en el correspondiente Consulado Colombiano.

b. Para los casos concedidos de ceremonias especiales diferentes a la ceremonia especial conjunta, la Corporación Universitaria definirá las características a cumplir por parte del estudiante.

El comité del programa se realiza mínimo una vez al mes o cuando se requiera por algún caso en específico de acuerdo con las necesidades del programa académico. Contará con un acta donde quedará descrita la información a tratar en dicho comité. Esta acta estará acompañada por un listado de asistencia y la información reposará en el DRIVE en la gestión documental.

13. FUENTES INSTITUCIONALES

- Acuerdo No. 001 de 2022
- Acta No. 60 de Consejo Directivo
- Reforma estatutaria 2024
- Modelo Pedagógico Institucional

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Bruner, J. (1997). "La educación puente". Ediciones Morata.
- Cabrero, M. (2005). "Las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento: Identidad y perspectivas de futuro". Editorial UOC.
- Carey, J. W. (1989). "Communication as Culture: Essays on Media and Society". Routledge.
- Dominick, J. R. (1983). "The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age". McGraw-Hill Education.
- Duque (2008).
- Habermas, J. (1981). "Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos". Taurus.
- Levinson, H. (1973). "Organizational Diagnosis: A Workbook of Theory and Practice". Harvard University Press.
- McLuhan, M. (1964). "Understanding Media: The Extensions of Man". McGraw-Hill Education.
- McLuhan, M. (1989). "Aldeas Globales". Editorial Gedisa.
- McLuhan, M., & McLuhan, E. (1995). "Laws of Media: The New Science". University of Toronto Press.
- Misión Paz, Corporación Universitaria (2023). Reglamento estudiantil https://unimisionpaz.edu.co/wp-content/uploads/2024/05/Reglamento_Estudiantil.pdf
- Piaget, J. (1977). "El nacimiento de la inteligencia en el niño". Editorial Crítica.
- Piñuel, J. L. (1986). "Teorías de la comunicación". Editorial Síntesis.
- Weber, L. (2009). "Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business". Wiley.