

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

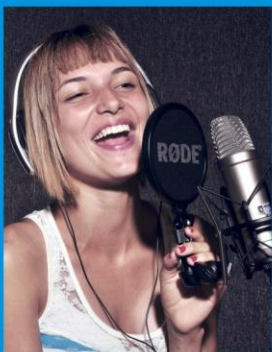
Reglamento de Pasantía



Comunicación Social - Periodismo
UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO



UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO



Programa académico

Comunicación social- Periodismo

Registro Calificado

Resolución No 2454 de 26 de Mayo de 2006

Incorporado al sistema Nacional de Información de la Educación
Superior SNIES, el 12 de Junio de 2006

REGLAMENTO PRÁCTICAS PROFESIONALES UNIVERSIDAD DEL QUINDIO

1. El estudiante que esté realizando su período de pasantía deberá matricularse y registrarse en las fechas determinadas por el calendario académico de la Universidad del Quindío para el semestre académico respectivo. Si el estudiante no se encuentra debidamente matriculado o registrado ante la Universidad, su semestre de pasantía no será válido.
2. El período de pasantía tiene una duración de cuatro meses (16 semanas), contados desde la fecha de iniciación del semestre hasta la fecha de finalización de clases, con una intensidad semanal de 40 horas.
3. Los Estudiantes deben diligenciar el formato de hoja de vida anexo 8, y adjuntar foto solo para enviarla a la coordinación de pasantías.
4. Se contemplan como obligaciones de los estudiantes en periodo de pasantía:
 - 4.1. Ajustarse a la jornada laboral de la organización o entidad en donde realiza su proceso de pasantía, así como a su reglamento interno de trabajo.
 - 4.2. Formalizar su pasantía mediante convenio firmado entre la Universidad del Quindío y la organización respectiva (**Ver anexo 1: Formato de convenio**). Esta situación por ningún motivo constituye un contrato de aprendizaje, de acuerdo con el memorando general 3596 del 18 de abril del 2012. En cuanto a la remuneración de la pasantía profesional depende de la organización y de sus políticas institucionales.
 - 4.3. De acuerdo con el memorado general 3596 del 18 de abril de 2012 del jefe de la oficina asesora de jurídica, no es legal, en el caso de las pasantías profesionales, suscribir convenios para contratos de aprendizaje, o aplicar a los convenios las normas de los contratos de aprendizajes, previstos en la ley 789 de 2002 y los decretos reglamentarios.
La diferencia entre un convenio de pasantía y un contrato de aprendizaje es que en el contrato de aprendizaje existe un contrato entre empleador y aprendiz; donde el empleador da la oportunidad de capacitar y permitir la práctica de lo aprendido y por ello el aprendiz recibe una remuneración o ayuda prevista en las normas laborales. Y el convenio de pasantía lo que existe es un vínculo netamente académico entre el pasante y la entidad educadora, donde la pasantía es una opción académica para el estudiante y la empresa simplemente facilita sus instalaciones e insumos necesarios para realizarla.
 - 4.4. Según el memorando general N° 3596 del 18 de abril del 2012 del jefe de la oficina asesora de jurídica, no es jurídicamente legal la suscripción de convenios para los contratos de aprendizaje y mucho menos que a los contratos o convenios suscritos en beneficio para estudiantes de pasantías se le quiera

aplicar las normas del contrato de aprendizaje previsto en la ley 789 de 2002 y los decretos reglamentarios.

- 4.5. No se tramitarán convenios, ni se autorizarán pasantías en empresas que no superen los dos años de constituidas. Esto con el fin de garantizar una mínima estabilidad para el trabajo de los estudiantes.
- 4.6. No se tramitarán convenios con empresas; donde los jefes tengan vinculación filial o consanguínea con el pasante.
- 4.7. Cumplir con la entrega puntual de los informes Y asesorías asignados por el asesor.
5. Se estiman como criterios para la evaluación del proceso de pasantía profesional:
 - 5.1. La capacidad de gestión que demuestra el estudiante frente a las responsabilidades y funciones asignadas durante su proceso de pasantía, tanto por la organización, como por el Programa de Comunicación social – Periodismo de la Universidad del Quindío.
 - 5.2. La responsabilidad en el cumplimiento de los objetivos concertados en el proyecto de pasantía: estudiante – organización – asesor.
 - 5.3. La calidad, la oportunidad y la pertinencia de los aportes realizados por el estudiante a los procesos comunicacionales de la organización en la cual desarrolla su proceso de pasantía.
 - 5.4. El compromiso ético y profesional del estudiante para con el desarrollo concreto de su proyecto en la organización donde realiza su pasantía.
 - 5.5. El alcance y el impacto de los resultados de su proyecto de pasantía.
 - 5.6. De acuerdo con el Acta No 021 de Noviembre 2 de 2001 del Consejo de Facultad se considera **aprobada** la Pasantía si la nota definitiva del estudiante Pasante es igual o superior a **3.5 (tres cinco)**
 - 5.7. El estudiante debe haber entregado como mínimo el 80% de sus trabajos, como una forma de verificar su proceso y por tanto el nivel de su intervención como comunicador en la empresa que se encuentra.
6. Son causales de pérdida o cancelación de la pasantía profesional:
 - 6.1. No haber cursado y aprobado todas las asignaturas del programa de Comunicación social – Periodismo hasta noveno semestre
 - 6.2. No cumplir con las 16 semanas de práctica durante el periodo académico del semestre respectivo.

- 6.3. No cumplir con los trámites de legalización del convenio de pasantía durante el primer mes del semestre académico.
- 6.4. La renuncia del estudiante a la organización o entidad donde realiza la pasantía, sin autorización del Comité de Pasantías Profesionales.
- 6.5. Ser desvinculado de la organización por violación de sus normas, reglamento interno.
- 6.6. Demostración de incompetencia con las funciones asignadas por la empresa
- 6.7. La inasistencia injustificada a las asesorías presenciales, telefónicas o virtuales acordadas con el asesor.
- 6.8. La no presentación de los informes correspondientes al asesor de pasantía.
- 6.9. El comité de pasantía evaluará los casos especiales presentados durante el semestre, y teniendo en cuenta el proceso seguido por el estudiante, autorizará o no la sustentación del proyecto.
- 6.10. En caso de que por motivos personales o laborales un estudiante se vea obligado a cancelar la pasantía, no puede hacerlo sin antes reportar el caso al asesor y a la coordinación de pasantía. **Parágrafo 1.** La autorización para cancelar pasantía cuando ya se está vinculado a una institución mediante convenio, debe salir del comité de pasantía. En ningún caso deben hacerlo los estudiantes de manera personal y sin la debida autorización. Solo la Universidad o la empresa pueden de manera oficial y por escrito dar terminado el convenio.
- 6.11. Solo en casos excepcionales se autorizará el cambio de empresa, cuando un estudiante ya haya iniciado su pasantía.
7. Sobre la presentación de los *Informes de ejecución del proyecto de pasantía*
- 7.1. Los informes deben ser entregados en formato digital. El contenido y los avances de cada informe dependerán de las fechas que se estipulan en el reglamento.
- 7.2. Las fechas asignadas para la entrega de los informes son fechas consideradas límite. La calificación que se obtenga en cada informe será informada por la coordinación de pasantía a través del correo electrónico oficial de pasantías al correo de los pasantes, quince días después de cada entrega.
- 7.3. La no entrega de los informes de pasantía, del borrador y del informe final a los respectivos asesores, en las fechas acordadas, ocasiona que éstos sean calificados con cero (0.0), salvo los casos que presente oportunamente la excusa debidamente certificada. Es importante tener en cuenta que el Estatuto Estudiantil vigente no contempla la figura de segundos calificadores para el semestre de Pasantía Profesional.

8. Sobre las asesorías a que tienen derecho los estudiantes

8.1. Las visitas a los pasantes que estén en la ciudad de Armenia serán programadas por el asesor de acuerdo con las necesidades de cada estudiante. El pasante, el asesor y el jefe inmediato deben diligenciar el formato de visita. Para aquellos estudiantes que se encuentren fuera de la ciudad se enviarán correos electrónicos de manera periódica al jefe inmediato designado por la organización, con el fin de realizar el correspondiente seguimiento al pasante.

8.2. Los horarios de asesorías **virtuales** y **presenciales** serán acordados entre asesor y estudiante pasante, y se realizarán **semanalmente** de **lunes a viernes** en **horas laborales**. Cada asesoría presencial, telefónica o virtual debe consignarse en el formato de seguimiento.

8.3. Si el estudiante no asiste a la asesoría, ésta queda aplazada para la siguiente semana.

Parágrafo 2. De acuerdo con lo firmado en el convenio de pasantía, la empresa debe otorgar al estudiante un **mínimo de tres horas semanales** en horario laboral para recibir la asesoría o realizar funciones puntuales de su proyecto.

9. Las asesorías virtuales:

9.1. Para estudiantes que estén realizando su práctica por fuera de la ciudad de Armenia sus asesorías serán virtuales, las cuales se regirán por los siguientes parámetros.

9.2. Se realizarán con base a documentos o temarios presentados por el estudiante ocho días antes.

9.3. El estudiante debe garantizar su acceso a Internet. No se aceptará como excusa para incumplir el horario de asesoría la dificultad de acceso al mismo.

9.4. La asesoría solo se realizará en horario de oficina.

9.5. Si un estudiante incumple con el horario fijado para la asesoría y no presenta excusa justificada la nota de la respectiva asesoría será de cero (0.0).

9.6. En caso de que el estudiante no pueda asistir a la asesoría y la cancele, debe comunicarse con el asesor vía telefónica máximo el día anterior antes de las 7pm, no puede ser sólo por una excusa vía correo electrónico.

9.7. Las asesorías deben estar programadas para una hora y sin interrupciones.

10. Sobre el conducto regular.

10.1. Ante cualquier dificultad que tenga el pasante con la realización de su proyecto de pasantía debe seguir el conducto regular: Primero con su Asesor. Si el asunto no se resuelve, presenta su inquietud por escrito ante la coordinación de pasantía y como última instancia se presenta ante la Dirección del Programa.

11. Sobre el proceso de sustentación de Pasantía

11.1. En la fecha indicada debe presentarse al asesor una copia del borrador final del **Informe de proyecto de prácticas profesionales** y ocho días después cuando se hayan realizado las correcciones se entregan dos informes ejecutivos para los jurados evaluadores con los siguientes contenidos:

- Introducción
- Objetivos
- Categorías del marco Teórico, con la Bibliografía Pertinente
- Metodología
- Productos
- Conclusiones

11.2. El tiempo máximo para la sustentación será de 15 minutos y se destinarán 5 minutos más para las preguntas de los miembros del Comité de Pasantías.

11.3. Cada asesor debe realizar con sus pasantes ensayos previos de la sustentación con el fin de alcanzar resultados óptimos en esta etapa. La participación en este ensayo se determinó como obligatoria y se calificará como parte de la nota de *Asesorías*.

11.4. La exposición debe acompañarse de una presentación multimedia que debe contener como mínimo los puntos trabajados en el informe ejecutivo. La presentación debe estar en letra grande y con colores visibles. En la presentación se deben incluir: Título, diagnóstico y forma de darle solución al conflicto comunicativo detectado. Evitar cuadros con números y barras que no se puedan ver en la proyección.

11.5. Los videos o audios incorporados a las exposiciones no deben tener una duración mayor a 5 minutos.

11.6. El asesor del proyecto solo dará la nota correspondiente a *Asesorías* después de verificar que las sugerencias realizadas en la sustentación se han incorporado al documento final.

11.7. Las intervenciones de los jurados no deben pasar de un minuto; esto con el fin para darle al pasante tiempo para responder las inquietudes.

11.8. Los pasantes deben estar una hora antes del horario asignado para su sustentación con el fin de preparar lo necesario para su exposición sin causar retrasos en las sustentaciones posteriores.

11.9. La evaluación del jefe inmediato debe entregarse el día de la sustentación.

11.10. En caso que un pasante no pueda asistir a la hora y fecha de la sustentación debe entregar su excusa mínimo con 3 días de antelación. Dentro de los casos excepcionales que se contemplan están compromisos laborales con la empresa donde realiza la pasantía, incapacidad medica o calamidad domestica.

12. Sobre la presentación del Informe Final de Pasantías Profesionales

12.1. Las **Guías de Pasantía** (medios, organizacional y comunicación para el desarrollo) de acuerdo con el área de desempeño de cada pasante, deberán tomarse como base fundamental para la elaboración del *Informe Final de Pasantía Profesional*.

12.2. El informe debe contener una carta de aceptación de la actividad realizada, firmada por el Jefe Inmediato del pasante en la organización.

12.3. El trabajo final debe entregarse tres días después de la sustentación, con todas las correcciones y modificaciones sugeridas, en CD, dos copias, y debe ir acompañado de la ficha resumen, impresa, esta necesaria para poder entregar los CD en la Biblioteca de la Universidad.

12.4. Características:

- Caja plástica dura, color negro, pequeña, con el respectivo código, marcada en igual forma que el CD y de acuerdo con el modelo adjunto
- Índice, al reverso de la caja y en el contenido del CD
- Formato PDF, protegido contra escritura y copia.
- El CD debe contener: El informe final, la presentación de la sustentación y los anexos (productos), cada documento en su respectiva carpeta.
- Los productos deben archivar en carpetas independientes, dependiendo de si se trata de archivos sonoros, visuales y/o documentos de Word, etc...
- En el informe se deben aplicar las normas **APA** vigentes.

ANEXO 1: FORMATO DE CONVENIO

CONVENIO No. _____ DE APOYO INTERINSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES SUSCRITO ENTRE LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO, EL ESTUDIANTE Y (.....NOMBRE DE LA EMPRESA...)

Entre los suscritos, **PATRICIA LANDAZURI**, mayor de edad, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 31.287.177 de Cali, Vicerrectora de Investigaciones, quien obra por delegación del Señor Rector mediante la Resolución No. 0240 de Marzo 3 de 2.011, Institución creada mediante Acuerdo No. 23 de 1960 por el Honorable Concejo Municipal de Armenia, Ente Universitario Autónomo, con personería jurídica por mandato de la Ley 56 de 1967, de carácter departamental conforme el alcance de la Ordenanza No. 014 de 1982 con régimen especial, vinculada al Ministerio de Educación Nacional por virtud de la Ley 30 de 1.992, Nit 890.000.432-8, con domicilio principal en la ciudad de Armenia Quindío, quien para efectos de este Convenio se denominará **LA UNIVERSIDAD**, de una parte....por la otra, mayor de edad e identificado con la cédula de ciudadanía No. expedida en, quien en este caso y en su calidad de Representante legal de la, quien en adelante y para efectos del presente convenio se denominará y el estudiante, identificado con cédula de ciudadanía No. expedida en, quien en adelante se denominará **EL ESTUDIANTE**, hemos celebrado el presente convenio de apoyo interinstitucional para el desarrollo de Pasantías que se regirá por las siguientes cláusulas a saber; PRIMERA: En virtud del presente convenio, se compromete con la UNIVERSIDAD a proporcionarle a EL ESTUDIANTE sus instalaciones, útiles, elementos de oficina, equipos, computadores, con el fin que EL ESTUDIANTE pueda desarrollar actividades relacionadas con sus áreas de formación y que demanden durante el período de práctica de Pasantía académica obligatoria el ejercicio de la capacidad técnica adquirida por EL ESTUDIANTE en el programa de estudios. SEGUNDA: EL ESTUDIANTE podrá hacer énfasis durante su pasantía, en el área que está directamente relacionada con el objetivo del Programa académico, dependiendo de sus habilidades y destrezas y de que esté en capacidad de ubicarlo en el área de mayor pertinencia. TERCERA: EL ESTUDIANTE dependerá académicamente de LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO, y su relación con sólo tendrá carácter de pasantía universitaria, sin vínculo laboral alguno; para los efectos de este convenio. Las partes declaran que el presente convenio no corresponde a un contrato de aprendizaje de aquellos regulados por la Ley 789 del 2002 y demás normas concordantes, y que por lo tanto no está sujeto a ninguna de estas disposiciones. CUARTA: Durante el período de pasantía, a través del encargado del área a la cual se vincula el estudiante se compromete a realizar las evaluaciones periódicas que LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO exige, las cuales serán comunicadas por escrito al COMITÉ DE PASANTIAS del Programa de Comunicación social – Periodismo a medida que se vayan realizando. QUINTA: las partes aceptan que el único compromiso que adquiere con EL ESTUDIANTE es el brindarle la oportunidad de hacer la pasantía que LA UNIVERSIDAD exige como prerrequisito para su formación profesional, sin que del mismo se deriven obligaciones diferentes a las expresamente determinadas en éste documento. SEXTA: la supervisión y manejo general del presente convenio se hará por parte de LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO a través del Asesor de Práctica. SÉPTIMA: El periodo de Práctica tendrá una duración de cuatro (4) meses, que rigen a partir del día y tendrá una finalización el día de Dos Mil Nueve (2009) distribuidos en jornadas diarias con un horario que se ajusta plenamente al determinado por OCTAVA: PROPIEDAD DE LAS INVENCIONES Y MEJORAS: Las partes firmantes del presente convenio aceptan expresamente que los derechos patrimoniales sobre todas las innovaciones, adecuaciones, invenciones y mejoras tecnológicas y administrativas desarrolladas por EL ESTUDIANTE durante la vigencia del presente convenio, corresponden de manera exclusiva a; Igualmente EL ESTUDIANTE hace constar que además de cumplir con las actividades asignadas por la empresa, para el desarrollo del proyecto de pasantía acordado con la empresa y la Universidad, requiere de un mínimo **de tres horas semanales**, en horario de oficina, para la realización de las actividades que el proyecto demande, así como para la orientación virtual o presencial con su asesor de pasantía y poder realizar mejoras, nuevos procedimientos, sistemas y/o métodos de trabajo, lo que además requiere de manera imprescindible de las instalaciones, los laboratorios, los equipos, los instrumentos, los software y hardware y/o los programas de investigación, desarrollo y entrenamiento que son propiedad de NOVENA: EL ESTUDIANTE deberá estar afiliado AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD en calidad de beneficiario o cotizante. EL ESTUDIANTE no podrá por sí o por terceros, reclamar personal o judicialmente indemnizaciones en dinero o en especie por cualquier enfermedad o accidente que sufriendo estando en como estudiante practicante. DÉCIMA: PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN: EL ESTUDIANTE reconoce expresamente que corresponde a LA PERSONERÍA, la propiedad exclusiva de la información y documentos, relacionados con el objeto del presente convenio. Por consiguiente, EL ESTUDIANTE se compromete a mantenerlos en reserva y no podrá utilizarlos o suministrarlos a terceros, para ningún efecto ni aún después de la finalización o terminación de la Pasantía realizada. PARÁGRAFO : Las fallas disciplinarias del estudiante darán lugar a sanciones que

aplicará LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO previa comunicación en tal sentido de DÉCIMA PRIMERA,- CAUSAS DE TERMINACIÓN DEL PRESENTE CONVENIO. 1.- Incumplimiento de las obligaciones pactadas. 2.- Todo acto inmoral o delictivo o de irresponsabilidad comprobada en que incurra EL ESTUDIANTE. 3.- Que el área donde esté ubicado EL ESTUDIANTE para realizar su Pasantía, no cumpla con las exigencias académicas de LA UNIVERSIDAD. PARÁGRAFO: No obstante lo anterior tanto como LA UNIVERSIDAD se reservan el derecho de dar por terminado este convenio en cualquier etapa de su ejecución, bien sea por conveniencia administrativa o por suspensión o terminación de la actividad en la cual deben realizarse las Prácticas de Pasantías.

En constancia y aceptación se firma en Armenia hoy, Dos Mil Nueve (2009) en LA UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO.

PATRICIA LANDAZURI
C.C. No. 31.287.177 Expedida en Cali
Vicerrectora de Investigaciones
Universidad del Quindío

XXXXXXXXXXXXXX
C.C. No. XXXXXXXXXXXX de XXXXXXXXXXXX
Representante Legal
EMPRESA

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
C.C. Nro. XXXXXXXXXXXX de XXXX
Estudiante De Comunicación Social - Periodismo

ANEXO 2

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD DEL QUINDIO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO



Este formato debe presentar la idea que tenga del proyecto de intervención

Consideraciones Generales: El proyecto de pasantía es **una propuesta de intervención** que consta de una parte sustantiva y otra procesal, es decir, oficia como los planos para una construcción, sin proyecto no se sabe a dónde se quiere llegar y cuál es el camino a seguir. Indica qué se desea hacer y cómo se hará para alcanzar dichos deseos.

Debe reconocerse en primera instancia la diferencia entre propuesta y producto. La propuesta se refiere al plan de intervención el cual ofrece un soporte teórico del producto y demuestra la necesidad de la intervención, la que debe estar avalada también por el empleador.

El producto es una elaboración hecha por el estudiante como resultado de la aplicación práctica de su intervención, tendiente a solucionar el problema previsto por el diagnóstico inicial.

PROYECTO

1. Tema o asunto del proyecto:
2. **OBJETIVOS** (Hacen referencia al qué y para qué se ejecutará el proyecto, deben ser claros, precisos y posibles teniendo en cuenta el tiempo y los recursos disponibles)
3. **JUSTIFICACIÓN:** (Argumentar las razones por las cuales el pasante desarrollará este proyecto, su relación con el desempeño profesional del Comunicador social – Periodista, su importancia para la empresa u organización)
4. **PROBLEMA QUE SE ABORDARA** (especificar por qué y cómo se escogió el tema, Incluir los elementos que se acercan al diagnóstico preliminar)
5. **PUBLICO OBJETIVO**
6. **ALCANCES Y LIMITACIONES:** Hasta donde se quiere llegar y cuáles son los limitantes o problemas potenciales de tipo tecnológico, bibliográfico, laboral o institucional que pueden dificultar el logro de los objetivos)
7. **METODOLOGIA** (Dependiendo del énfasis de la pasantía deben especificarse las fases o diseño del proyecto, fuentes de información, instrumentos para la recolección de información y técnicas para su procesamiento)
8. **Objetivos:** Que se quiere alcanzar o solucionar con la ejecución del proyecto

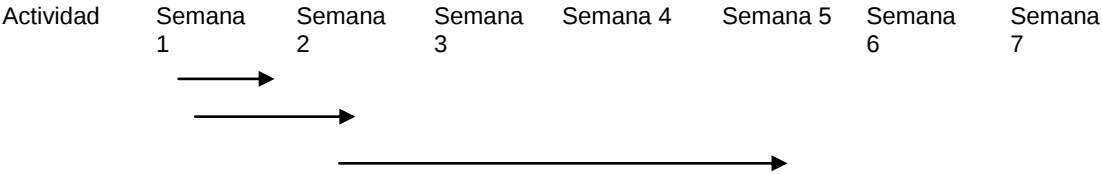
Resultados, Meta o Producto: Donde queremos estar o qué se quiere lograr

Actividades: Tareas para el logro de los resultados

Indicadores: Monitorean, supervisan y/o evalúan el proyecto

Evidencia: Demuestra que se realizaron las actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



ANEXO 3

PASANTIAS PROFESIONALES GUIA PARA LA ELABORACION DEL INFORME FINAL COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

El informe final está compuesto por tres partes esenciales:

Preliminares
Cuerpo del trabajo
Complementarios

I. PRELIMINARES: Hace relación a los elementos que anteceden al cuerpo del trabajo, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del informe de práctica.

El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Portada
- Página dedicatoria
- Página de agradecimientos
- Tabla de contenido
- Listas especiales: corresponde al listado de tablas, figuras, anexos y otros.
- Glosario de términos: Hace referencia a los términos que el proponente considere, deben ser definidos.

II. CUERPO DEL TRABAJO: Son los capítulos que hacen parte del texto del trabajo y consta de:

TITULO

INTRODUCCION

CAPITULO I

1. PERFIL DE LA EMPRESA
2. PAPEL DEL COMUNICADOR

CAPITULO II

1. PROYECTO DE COMUNICACIÓN

1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA: El propósito final de un proyecto es vislumbrar soluciones a una situación o necesidad existente. De ahí la importancia, antes de cualquier paso, de describir claramente la situación actual, las posibles causas y efectos de la necesidad o problema.

Para lograr una Identificación clara, concreta y argumentada del problema abordado por la pasantía en el campo de la Comunicación para el Desarrollo es necesario realizar:

- 1.1.1. Un Diagnóstico (bien sea pasivo o participativo) en términos de contexto: Espacio – temporal y problemática social.
- 1.1.2 Un Diagnóstico de los actores y de las prácticas comunicativas: se trata de identificar las audiencias, sus necesidades y capacidades (características socioculturales, habilidades lingüísticas, consumos culturales, manejo de habilidades comunicativas interpersonales y mediáticas, conocimiento sobre la temática abordada, interés y voluntad de involucrarse en el proyecto)
- 1.1.3 Diagnóstico de los circuitos de comunicación: espacios de circulación, espacios de concentración, espacios de reunión.

Nota De acuerdo con las especificidades de cada proyecto se recomienda realizar un autodiagnóstico conducido, donde el pasante (facilitador) provee de recursos comunicacionales a la comunidad para que ella misma detecte, dependiendo de la etapa en que se encuentre la comunidad, cuáles son sus indicadores a alcanzar y de qué manera lo conseguirán.

1.2 MARCO TEORICO

Hace referencia al estado de arte pertinente para abordar el problema objeto de intervención. Es decir, debe dar cuenta de la literatura y los autores básicos que sustentan la estrategia comunicativa, se trata de establecer un diálogo con los autores y con sus obras de vida (libros) para darle sustento teórico al proyecto, establecer movilidades y auto comprensiones en relación con el interés de la pasantía.

1.3 ESTRATEGIA COMUNICATIVA

1.3.1 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS: Se plantean en términos de los logros que la comunidad a la cual se está interviniendo, puede alcanzar en un tiempo determinado: Información y sensibilización, desarrollo de capacidades, participación y movilización social, difusión de un proyecto, entre otros.

1.3.2 JUSTIFICACION

Debe explicitarse la relevancia y pertinencia social de la intervención, ¿Cuál es su trascendencia para la sociedad?, ¿Quiénes se beneficiarán con los resultados, ¿De qué modo? ¿qué alcance social tiene?

Igualmente, debe explicitarse la importancia que el proyecto tiene para: la organización con la que se está trabajando; para el conocimiento en los procesos de comunicación para el Desarrollo y para el practicante como tal.

1.3.3. METODOLOGIA

Plantea el camino transitado que de manera rigurosa permitió atender a las demandas de la pasantía. Le apuesta a maneras pertinentes de abordar el problema planteado. En este apartado se deben explicitar en concordancia con los objetivos y de acuerdo con las especificidades de cada proyecto, las fases o diseño del proyecto, las categorías, dimensiones o variables contempladas, Fuentes de información, Instrumentos para la recolección de información y técnicas para su procesamiento.

1.3.4 MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: Audiencias, objetivos, actividades, productos, indicadores de gestión.

1.3.5 RESULTADOS: Se trata de establecer un diálogo con la práctica para delimitar logros, alcances y aprendizajes en la especificidad del contexto, es un cuestionamiento por los saberes y conocimientos que se produjeron tras una interlocución con los referentes teóricos y la práctica in situ.

- 1.3.6** Se espera de cada proyecto de pasantía que emerja, al menos, un documento que siguiendo procesos de rigor pertinentes, pueda ser publicado en revistas, páginas web., bases de datos con que cuenta la Universidad del Quindío. Lo mismo que en alguno de estos medios en otros ámbitos, nacional e internacional.

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se plantean sugerencias para mejorar la el contexto intervenido. Se trata de proponer, interpretar y crear conocimiento y de identificar las potencialidades para ir de otra manera.

Se trata de una subjetivación y objetivación de la práctica con la intención de transformar procesos sociales e institucionales desde la comunicación.

Es aquí en donde la pasantía en el campo de la Comunicación para el Desarrollo cobra su sentido: en la medida que de cuanta de las movilidades, tensiones, develamientos y horizontes que el estudiante logre identificar y traducir en escritura.

III. COMPLEMENTARIOS: Hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo que no forman parte del texto de trabajo, ellos son:

BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFIA: La literatura básica, pertinente, actualizada que se consulta para el desarrollo de propio de la propuesta a ejecutar durante la pasantía profesional.

APÉNDICES: Son aquellos elementos creados por el estudiante para la realización de su informe, es decir cuadros, formatos y otros. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)

ANEXOS: Son los elementos empleados por el estudiante para realizar el trabajo, pero que no han sido diseñados por él, son extraídos de otras fuentes. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)



ANEXO 4

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL PASANTIA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El informe final está compuesto por tres partes esenciales:

Preliminares
Cuerpo del trabajo
Complementarios

I. PRELIMINARES: Hace relación a los elementos que anteceden al cuerpo del trabajo, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del informe de práctica.

El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Portada
- Página dedicatoria
- Página de agradecimientos
- Tabla de contenido
- Listas especiales: corresponde al listado de tablas, figuras, anexos y otros.
- Glosario de términos: Hace referencia a los términos que el proponente considere, deben ser definidos.

II. CUERPO DEL TRABAJO: Son los capítulos que hacen parte del texto del trabajo y consta de:

TÍTULO: Frase que servirá para darle nombre al trabajo, debe estar ubicado en el espacio y tiempo, además debe darle una idea concreta acerca de lo que será el informe final.

INTRODUCCIÓN:

Una buena introducción debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿En qué consiste el trabajo?
- ¿Para qué se hizo el informe?
- ¿Cómo se realizó?

1. CONTEXTO:

1.1. MACROAMBIENTE: ENTORNO GENERAL: Factores externos que impactan la organización (económicos, tecnológicos, sociales, etc.)

1.2. MICROAMBIENTE: DEFINICIÓN DE EMPRESA:

- Nombre de la empresa y/o Razón Social
- Tipo de empresa: Industrial, Comercial, de Servicios, etc.
- Reseña histórica: Debe contener los aspectos principales que dieron origen a la organización. Es importante plantear quiénes fueron sus fundadores; número de empleados, actividad económica, ubicación, áreas con que contaba la organización inicialmente y cuáles han sido los procesos que han generado la evolución del negocio hasta su estado actual.

En este punto se pretende que el estudiante investigue sobre la empresa a nivel interno. Si la organización no lo tiene definido por escrito, el practicante debe redactarlo consultando la información con su jefe inmediato.

- Misión
- Visión

- Valores Corporativos
- Organigrama
- Manual de funciones

1.3. **PAPEL DEL COMUNICADOR:** en este punto el practicante debe ubicar el papel del comunicador dentro del contexto de la empresa.

2. PROYECTO DE COMUNICACIÓN

2.1. **DESCRIPCIÓN DEL ASUNTO:** Determinar el área académica en la que se inscribe la situación que tratará de resolverse. Para la identificación se debe realizar un análisis de las principales causas que han dado origen a dicho asunto.

2.2. **JUSTIFICACIÓN:** Argumentar las razones que le dieron origen al tema seleccionado, explicando por qué es importante resolver el problema. La justificación debe ir planteada teniendo en cuenta:

- Empresa: se debe hacer referencia a la pertinencia que debe existir entre el tema propuesto para el trabajo y el objetivo de la organización.
- Comunicación
- Impacto Social: Responde a las preguntas, quiénes y cómo se beneficiarán del resultado final del informe de práctica profesional.
- Aporte a la academia

3. DEMARCACION TEORICA

Hace referencia a la descripción teórica desde la cual el practicante sustenta la elaboración de su propuesta de intervención que da solución al problema detectado, desde allí se identificarán las categorías a analizar y se hacen visibles en las dificultades a resolver. Se trata de analizar los diferentes conceptos encontrados en el marco teórico y contextualizarlos a la realidad de la organización.

4. DIAGNÓSTICO:

En el proceso de intervención de un plan de comunicación organizacional se pueden aplicar algunos de los siguientes métodos:

4.1 DOFA.

- Elaboración de la matriz.
- Tabulación de la información.
- Análisis de resultados.

4.2 FOCUS GROUP.

- Selección de grupo objetivo.
- Diseño del instrumento.
- Análisis de resultados.

4.3 SONDEO DE OPINIÓN

- Diseño del instrumento.
- Selección del grupo objetivo.
- Aplicación del instrumento.
- Análisis de resultados.

4.4 ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

- Diseño del instrumento.
- Selección del grupo objetivo.
- Aplicación del instrumento.
- Análisis de resultados.

4.5 MIC

- Mapas de Públicos
- Mapas de Medios

4.6 RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO: Teniendo en cuenta los datos recolectados se establecen los resultados cuantitativos (tabulación) y cualitativos (interpretación y análisis de los datos desde la mirada del comunicador para encontrar los problemas).

5. INTERVENCIÓN

- 5.1. **DELIMITACIÓN DE LA NECESIDAD:** A partir de los resultados del diagnóstico se debe desarrollar un planteamiento del trabajo puntual con base en la pregunta ¿qué va a atender en el problema?.
- 5.2. **OBJETIVOS:** Tanto el objetivo general como los específicos se plantean en términos de lo que la empresa va a lograr con la comunicación y no lo que el comunicador va a hacer. Los objetivos específicos deben ser medibles, delimitados en un tiempo y un espacio.
- 5.3. **ESTRATEGIAS:** Son ideas generales que llevan al logro de los objetivos propuestos. Se plantean en términos de lo que se va a hacer pero sin incluir ninguna clase de acción puntual.
- 5.4. **TÁCTICAS:** Es la forma como se van a llevar a cabo las estrategias (actividades y acciones).
- 5.5. **INDICADORES:** Son los elementos que permiten la validación de las tácticas y real y efectivo impacto en la empresa. Deben desarrollados con base en lo planteado desde el mismo objetivo general y objetivos específicos, los cuales dan cuenta del cumplimiento de lo propuesto. Su redacción debe ser cualitativa.
- 5.6. **PLAN DE INTERVENCIÓN:** Plan de ejecución de lo propuesto para la intervención en la empresa. Debe ser ejecutado en un 90%.
- 5.7. **POLÍTICAS DE INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN.** En este punto se establecen los principios que deben ser tenidos en cuenta por la organización para que el plan de comunicaciones se cumpla, son específicos para el tema de comunicación y no se pueden confundir con las políticas de la empresa.
- 5.8. **CRONOGRAMA:** Esquematizar las actividades a realizar y el tiempo requerido, expresado de acuerdo a las necesidades de la empresa. El diseño del cronograma – diagrama de Gantt- debe realizarse de manera objetiva, puesto que servirá de herramienta para realizar el seguimiento a las actividades desarrolladas por parte del estudiante.
- 5.9. **PRESUPUESTO:** Se trata de calcular el precio de cada una de las acciones contempladas en el cronograma, deben tenerse en cuenta los costos por materiales, gastos generales, mano de obra directa, se pueden especificar por separado el valor de los recursos humanos y administrativos, siempre contemplando un 10% para imprevistos. En algunos casos se requiere incluir una columna para el rubro que será afectado por dicho costo y finalmente totalizar, dando una idea a la organización sobre cuánto le costará desarrollar el plan de comunicaciones.
- 5.10. **INFORME DE GESTIÓN:** relación de lo logrado efectivamente en la intervención ejecutada en la empresa, debe ser coherente con los objetivos e indicadores. Debe demostrar si las tácticas sí llevaron al alcance de los objetivos específicos y por ende del general.

III. COMPLEMENTARIOS: Hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo que no forman parte del texto de trabajo, ellos son:

BIBLIOGRAFÍA: Debe referenciar los libros textos, y demás documentos utilizados como apoyo teórico y conceptual para el desarrollo del trabajo; esta referencia bibliográfica debe realizarse de acuerdo con la última norma ICONTEC. Además en el cuerpo del trabajo se deben tener en cuenta las citas bibliográficas.

APÉNDICES: Son aquellos elementos creados por el estudiante para la realización de su informe, es decir cuadros, formatos y otros. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)

ANEXOS: Son los elementos empleados por el estudiante para realizar el trabajo, pero que no han sido diseñados por él, son extraídos de otras fuentes. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)

ANEXO 5



UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL PASANTÍA EN MEDIOS

PLAN PARA PRESENTAR UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN EL ÁREA DE MEDIOS

El informe final está compuesto por tres partes esenciales:

Preliminares

Cuerpo del trabajo

Complementarios

I. PRELIMINARES: Hace relación a los elementos que anteceden al cuerpo del trabajo, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del informe de práctica.

El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Portada
- Página dedicatoria
- Página de agradecimientos
- Tabla de contenido
- Listas especiales: corresponde al listado de tablas, figuras, anexos y otros.
- Glosario de términos: Hace referencia a los términos que el proponente considere, deben ser definidos.

II. CUERPO DEL TRABAJO: Son los capítulos que hacen parte del texto del trabajo y consta de:

TÍTULO: Frase que servirá para darle nombre al trabajo, debe estar ubicado en el espacio y tiempo, además debe darle una idea concreta acerca de lo que será el informe final.

INTRODUCCIÓN:

Una buena introducción debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿En qué consiste el trabajo?
- ¿Para qué se hizo el informe?
- ¿Cómo se realizó?

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

OBJETIVOS (se recomienda ver página anexa), redactados de manera que impliquen el desarrollo de un conocimiento y no sólo el desarrollo de un producto.

JUSTIFICACIÓN: Es una justificación académica de la intervención y del producto, tiene que decir quiénes serán los beneficiados con la intervención, qué aportes le ofrecerá a la empresa y qué proyectos pueden derivarse de la misma en el futuro.

SUSTENTACIÓN TEORICA: En el marco teórico se exploran los diferentes campos teóricos que recaen sobre el proyecto, por lo que deben desarrollarse categorías según el proyecto en donde se trabajan como mínimo dos autores por categoría.

Las categorías se pueden definir desde dos aspectos: desde la intervención cada categoría debe coincidir con los pasos de ejecución de la intervención de manera que la profundice, la analice y genere discusión para así justificar el producto. O desde el producto, de manera que cada categoría implica un análisis de los distintos aspectos del producto y cómo ingresan en la intervención.

En el marco teórico se debe establecer un diálogo entre los autores, mostrando los distintos puntos de vista que haya sobre el tema y explicando con cuál se van a quedar y porqué.

Las citas se trabajan con normas APA y no deben superar las 120 palabras.

METODOLOGÍA: Plantea un recorrido paso a paso sobre la forma en que se desarrolló la intervención y/o el desarrollo del producto en la que se anexan: bosquejos, esquemas, formatos, procesos, etc., dependiendo del tipo de producto y del proyecto.

PRESENTACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO: Se debe decir qué pasó o qué va a pasar con el producto, quién quedará a cargo de su aplicación, en dónde, cuándo y cómo se le va a dar uso al producto y presentar un estudio sobre la opinión tanto de expertos como de usuarios sobre el mismo.

CONCLUSIÓN DEL PRODUCTO

III. COMPLEMENTARIOS: Hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo que no forman parte del texto de trabajo, ellos son:

BIBLIOGRAFÍA: Debe referenciar los libros textos, y demás documentos utilizados como apoyo teórico y conceptual para el desarrollo del trabajo; esta referencia bibliográfica debe realizarse de acuerdo con la última norma ICONTEC. Además en el cuerpo del trabajo se deben tener en cuenta las citas bibliográficas.

APÉNDICES: Son aquellos elementos creados por el estudiante para la realización de su informe, es decir cuadros, formatos y otros. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)

ANEXOS: Son los elementos empleados por el estudiante para realizar el trabajo, pero que no han sido diseñados por él, son extraídos de otras fuentes. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares.)

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES: en este punto se hace un análisis sobre la experiencia de intervención, los problemas que tuvo y cómo se enfrentaron. Debe aclarar qué efectos se lograron con la intervención. Finalmente a qué conclusiones se llegó en concertación con la empresa sobre el desarrollo de la intervención y las recomendaciones que el estudiante le deja a la empresa.



ANEXO 6



FICHA RESUMEN

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

RESEÑAS BIBLIOGRÁFICAS PROYECTOS DE PASANTÍA PROFESIONAL

APELLIDOS:	NOMBRE DEL AUTOR:
TÍTULO, Subtítulo, Ciudad y Fecha:	
No. de páginas :	Material acompañante :
COMUNICADOR(A) SOCIAL-PERIODISTA. UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO. FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO.	
RESUMEN (HASTA 300 PALABRAS)	
PALABARAS CLAVE CONTENIDO	

ANEXO 7

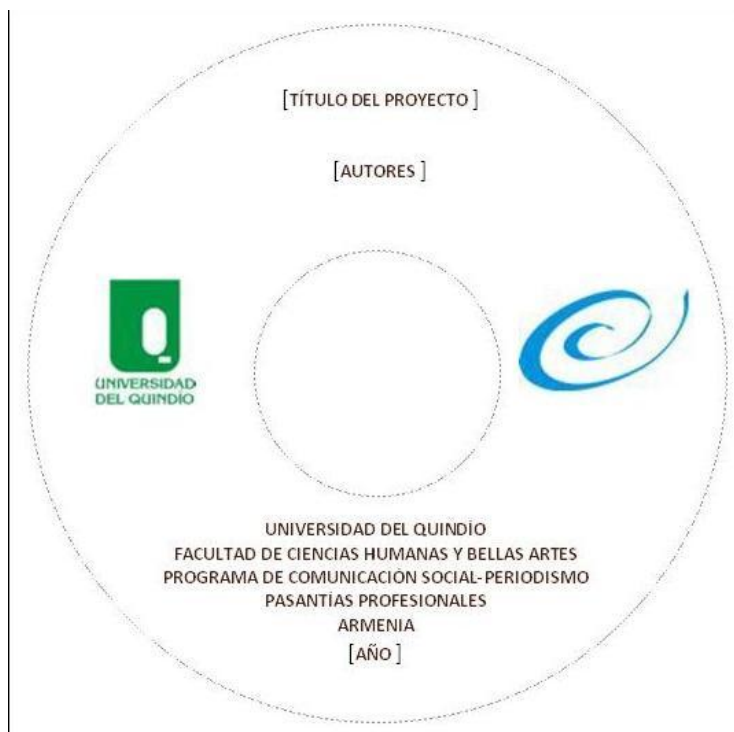
Modelo Caratula y caja CD para entregar Proyecto Pasantías

Modelo para la impresión de las carátulas de los CD's de los Proyectos de Pasantías. Los campos en corchetes [] se reemplazan por la información correspondiente.

1. FORMATO CAJA

ÍNDICE	[TÍTULO DEL PROYECTO] 2011 - No.	TÍTULO DEL PROYECTO  AUTORES UNIVERSIDAD DEL QUINDIO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO PASANTÍAS PROFESIONALES ARMENIA AÑO
---------------	--	--

2. FORMATO ETIQUETA CD



FOTO



FOTO

DATOS PERSONALES									
Primer Apellido		Segundo Apellido			Nombres			Cédula #	
								Expedida en:	
Sexo	M ☐	F ☐	Fecha de nacimiento		Año	Mes	Día	Lugar	Nacionalidad:
Dirección de Residencia:						Ciudad:		Teléfono fijo:	
Dirección Electrónica:						Celular:			

	PERFIL

Indique equipos que maneja relacionados con la profesión:	Qué programas de software maneja:

DOMINIO DE IDIOMAS (MB: Muy Bien - B: Bien - R: Regular)				
Idioma	Lee	Escribe	Habla	Tipo de Certificado

FORMACION ACADEMICA		
ESTUDIOS primaria y bachillerato		
1. Título: bachiller		
Ciudad:		País

EXPERIENCIAS LABORALES		Anotar la actual o última experiencia	
1. Institución o Empresa		Ciudad	País
Cargos Desempeñados		Fecha de Iniciación A/M/D	Fecha de Terminación A/M/D

2. Institución o Empresa			Ciudad	País
Cargos Desempeñados		Fecha de Iniciación A/M/D	Fecha de Terminación A/M/D	
3. Institución o Empresa			Ciudad	País
Cargos Desempeñados		Fecha de Iniciación A/M/D	Fecha de Terminación A/M/D	

PARTICIPACION EN SEMINARIOS, CONGRESOS, CONFERENCIAS, OTROS			
Institución o Empresa	Ciudad	País	*Tipo:
Título:	Evento:		Fecha:
Institución o Empresa	Ciudad	País	*Tipo:
Título:	Evento:		Fecha:
Institución o Empresa	Ciudad	País	*Tipo:
Título:	Evento:		Fecha:
Institución o Empresa	Ciudad	País	*Tipo:

INFORMACIÓN ADICIONAL	

Firma

_____ Fecha



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**



Comunicación Social - Periodismo
UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**



Comunicación Social - Periodismo
UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO



Comunicación Social - Periodismo
UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**



Comunicación Social - Periodismo
UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

Tel.: +57 (6) 7359300 - 7460100

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes
Programa de Comunicación social- Periodismo

Bloque de Ciencias, Piso 4, Edificio A

Teléfono: 57- 6 - 735 9340

Carrera 15 Calle 12 Norte

Armenia, Quindío, Colombia