



*REGLAMENTO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL*

COMITÉ CURRICULAR

*GLADYS ADRIANA ESPINEL RUBIO
JESÚS ERNESTO URBINA CÁRDENAS
CAROLINA GARCÍA PINO
FÉLIX JOAQUÍN LOZANO CÁRDENAS
ERWIN HERNANDO JÁCOME CASTILLA
LIZETH KATHERINE ÁLVAREZ ESPINEL*

Coordinadora (E) de Prácticas Profesionales
ERICKA ALEJANDRA MALDONADO ESTÉVEZ

*FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA, ANDRAGOGÍA, COMUNICACIÓN Y MULTIMEDIOS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2012*

REGLAMENTO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN

El Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander asume la *Práctica Profesional* en sus dimensiones académica y formativa y, por ello, promueve el desarrollo de espacios para que el Comunicador Social en formación lleve a cabo el ejercicio de su profesión, debidamente acompañado por la Institución, con el propósito de aplicar los conocimientos, actitudes, habilidades y destrezas adquiridos en el transcurso de su proceso académico. Mediante la integración con profesionales de diversas disciplinas en ámbitos laborales, se busca que el estudiante en práctica fortalezca la creatividad, el espíritu emprendedor y la capacidad para tomar decisiones, inspirado en sólidos principios éticos.

Bajo esta perspectiva, teniendo en cuenta que en el plan de estudios de Comunicación Social la *Práctica Profesional* es una asignatura de carácter práctico que se cursa en el octavo semestre de la carrera y equivale a 10 créditos, este *Reglamento de Prácticas Profesionales* acoge los lineamientos de la UFPS consignados en el Estatuto Estudiantil (Acuerdo 065 de 1996), que en sus artículos 100, 107 y 119 aclara que las asignaturas prácticas no son habilitables, ni validables ni homologables.

De igual manera, recoge lo contemplado en el Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo 081 de 2007) que en su *Propósito 6: Proyección, Pertinencia y Compromiso Social* establece que la Universidad “busca orientar el accionar institucional hacia el fortalecimiento de un desarrollo regional sostenible, a través de la participación activa en los procesos que contribuyen al avance social y económico regional y nacional” y lo concerniente a la Política Institucional de Extensión y Proyección Social (Acuerdo 082 de 2011), que en su Artículo 2, inciso f, determina que “se fomentará la realización de prácticas, pasantías y procesos de movilidad que promuevan el desarrollo de las comunidades, empresas e instituciones, logrando un acercamiento de la academia con su medio externo”.

CAPÍTULO I: DEFINICIONES, CONVENCIONES Y NORMAS GENERALES

ARTÍCULO 1. REGULACIÓN. El presente *Reglamento de Prácticas Profesionales* regirá para las actividades relacionadas con la *Práctica Profesional* de los estudiantes de pregrado del Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander, sede principal de Cúcuta.

ARTÍCULO 2. REALIZACIÓN. La *Práctica Profesional* es parte integral del plan de estudios de pregrado en Comunicación Social que ofrece la Universidad Francisco de Paula Santander. Su realización es obligatoria, puesto que se trata de una asignatura que se cursa en el octavo semestre de la carrera, previa aprobación del total de los créditos académicos de los siete semestres anteriores.

ARTÍCULO 3. CONVENCIONES. Para efectos del presente *Reglamento de Prácticas Profesionales* se tienen en cuenta las siguientes definiciones:

- **Práctica Profesional:** es el período de la formación de los estudiantes de pregrado durante el cual ellos pondrán en práctica las actitudes, conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas hasta el momento en el proceso educativo, en un ambiente de ejercicio profesional y bajo la asesoría del Programa de Comunicación Social y la Universidad Francisco de Paula Santander.
- **Universidad:** es la Universidad Francisco de Paula Santander, que actuará a través del Programa de Comunicación Social y la Facultad de Educación, Artes y Humanidades.
- **Practicante:** es el estudiante del Programa de Comunicación Social de la UFPS que cursa su octavo semestre y está en período de *Práctica Profesional*.
- **Asesor:** es el profesional idóneo seleccionado por el Programa de Comunicación Social de la UFPS para brindar asesoría al practicante, según el área específica (medios, organizacional o cambio social) a desarrollar durante su período de *Práctica Profesional*.
- **Coordinador(a) de Prácticas Profesionales:** es el (la) profesional responsable de la coordinación y supervisión de los procesos internos y externos de las prácticas profesionales del Programa.
- **Comité de Prácticas Profesionales:** es el equipo de trabajo integrado por el Director del Programa de Comunicación Social, los docentes asesores y el Coordinador de Práctica Profesional.
- **Organización:** es la persona natural o jurídica con la cual la Universidad Francisco de Paula Santander realiza los convenios de *Práctica Profesional*.

ARTÍCULO 4. JUSTIFICACIÓN. La *Práctica Profesional* responde a la necesidad de brindar a los estudiantes un acercamiento a la realidad profesional del Comunicador Social, con el fin de fortalecer sus competencias académicas y humanas, además de ofrecer a las organizaciones de la región la oportunidad de conocer la calidad de los futuros profesionales de la Universidad Francisco de Paula Santander. Para ello, propone a los estudiantes un espacio para "aprender haciendo" en una institución pública, privada o comunitaria, con el apoyo de un docente asesor y la orientación de un supervisor perteneciente a la organización respectiva.

CAPITULO II: POLÍTICAS DE PRÁCTICA PROFESIONAL

ARTÍCULO 5. OBJETIVO. La *Práctica Profesional* tiene como objetivo principal formar un profesional socialmente responsable, con capacidad para investigar, diseñar y realizar procesos de comunicación en y desde las organizaciones, las comunidades y los medios de comunicación masiva en el ámbito regional, nacional e internacional.

ARTÍCULO 6. NATURALEZA. La realización de la *Práctica Profesional* es una actividad compartida entre la Universidad, la organización y el practicante. A partir de la matrícula, la Universidad adquiere para con el estudiante en práctica la obligación de realizar todas las gestiones establecidas por el Estatuto Estudiantil vigente y el *Reglamento de Prácticas Profesionales* del Programa de Comunicación Social, para que pueda cumplir con el proceso académico en el calendario establecido por la Institución. Igualmente, el practicante adquiere la obligación de cumplir los deberes y realizar las gestiones que establecen estos Reglamentos, los cuales se consideran necesarios para la realización de su *Práctica Profesional*. Corresponde a la Universidad actuar como mediadora entre el estudiante y las organizaciones en el período de práctica

profesional. Las organizaciones, por su parte, deberán cumplir con el convenio suscrito con la Universidad.

ARTICULO 7. OTRAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS. Durante el período en que el estudiante matricula la asignatura *Práctica Profesional*, se recomienda que solamente curse esta materia del octavo semestre del plan de estudios. Sin embargo, previa autorización del Comité Curricular del Programa de Comunicación Social, el estudiante podrá tomar un máximo de dos asignaturas adicionales, siempre y cuando lo haga en horarios que no interfieran con las obligaciones propias de la *Práctica Profesional*, cuente con el respectivo permiso por parte de la organización y no exceda el número máximo de créditos por semestre, según lo establecido en el Estatuto Estudiantil.

ARTICULO 8. MODALIDAD DE PRÁCTICA Y CRÉDITOS. La *Práctica Profesional* es una asignatura práctica, ubicada en el octavo semestre del plan de estudios, que posee un valor asignado de 10 créditos y, en el Programa de Comunicación Social de la UFPS, tiene tres modalidades u opciones:

- Práctica en el área de Comunicación y Medios.
- Práctica en el área de Comunicación Organizacional.
- Práctica en el área de Comunicación para el Cambio Social.

ARTICULO 9. DURACIÓN. El período de la *Práctica Profesional* tiene una duración de cuatro meses (16 semanas), contados desde la fecha de iniciación del semestre hasta la fecha de finalización de clases, según lo estipulado en el calendario académico institucional. La intensidad semanal es de cuarenta (40) horas y requiere, para su formalización, la firma del correspondiente convenio por parte de la Universidad, la organización y el estudiante. En este convenio se definirán las fechas específicas del período de *Práctica Profesional*.

ARTÍCULO 10. PROCESO DE MATRÍCULA DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL. El estudiante que aspire a realizar su *Práctica Profesional* debe realizar el siguiente procedimiento:

- Selección de la organización en la cual desea realizar su práctica profesional.
- Solicitar a la Dirección del Programa de Comunicación Social una carta de presentación del estudiante ante la organización.
- Llevar oportunamente esta carta de presentación, junto con su Hoja de Vida completa y con soportes, a la organización respectiva.
- La organización enviará como respuesta, en caso de aceptación del practicante, una carta de intención indicando el lugar donde se realizará la práctica, las funciones que desempeñará y el nombre del jefe inmediato que tendrá el practicante.
- Tramitar el convenio y sus respectivas firmas por parte de la Universidad, la organización y el practicante.
- Diseñar y desarrollar, durante su periodo de práctica, una propuesta de intervención, debidamente aprobada por su jefe inmediato y con el aval del docente asesor de práctica.

CAPÍTULO III: DERECHOS Y DEBERES DEL ESTUDIANTE

ARTÍCULO 11. DE LOS DERECHOS. Se consideran como derechos de los estudiantes que cursan su *Práctica Profesional*, los siguientes:

11.1. Acompañamiento: el practicante adquiere el derecho a ser apoyado por la Universidad mediante las asesorías, reuniones, visitas de seguimiento y otras actividades.

11.2. Situaciones Individuales: el practicante tiene derecho a ser escuchado y orientado por la Universidad con relación a sus expectativas, situaciones normales y especiales.

ARTÍCULO 12. DE LOS DEBERES. Se consideran como deberes de los estudiantes que cursan su Práctica Profesional, los siguientes:

21.1. Matrícula: el estudiante que va a cursar su *Práctica Profesional* deberá matricularse y registrar la asignatura en las fechas determinadas por el calendario académico de la Universidad Francisco de Paula Santander, para el semestre académico correspondiente. Si el estudiante no se encuentra debidamente matriculado o registrado ante la Universidad, su semestre de practica no será válido.

12.2. Desempeño: en el desarrollo de la *Práctica Profesional*, además de lo establecido por la Institución para el curso normal de una asignatura, el practicante deberá cumplir con lo siguiente:

a) Horario Laboral: el practicante deberá ajustarse al horario laboral de la organización o entidad en donde realiza su *Práctica Profesional*, así como a su reglamento interno de trabajo.

b) Convenio: el practicante deberá formalizar su *Practica Profesional* mediante convenio firmado entre la Universidad Francisco de Paula Santander, la organización respectiva y el estudiante.

Parágrafo 1º: la remuneración de la Práctica Profesional depende de la organización y de sus políticas institucionales al respecto.

Parágrafo 2º: no se tramitarán convenios ni se autorizarán prácticas profesionales en empresas que no superen los dos años de estar legalmente constituidas. Esto con el fin de garantizar una mínima estabilidad para el trabajo de los estudiantes.

c) Informes: el practicante deberá cumplir con la entrega puntual de los dos (2) informes parciales y el informe final de su *Práctica Profesional*.

Parágrafo 3º: los informes deben presentarse en formato digital (word), en las fechas establecidas por el *Comité de Prácticas Profesionales* para cada semestre. El contenido y los avances de cada informe dependerán de los acuerdos que se hagan entre el estudiante y el docente asesor de práctica.

Parágrafo 4º: las fechas asignadas para la entrega de los informes son fechas consideradas límite. Las calificaciones que obtenga cada informe serán enviadas por el docente asesor a cada uno de sus practicantes, mediante correo electrónico u otro medio, ocho días después de cada entrega.

Parágrafo 5°: la NO entrega de los informes parciales o del informe final a los respectivos docentes asesores, en las fechas acordadas, ocasiona que éstos sean calificados con cero (0.0), salvo los casos en que se presente oportunamente la excusa debidamente certificada. Cuando exista retraso en la entrega del informe final por causa justificada y demostrada ante el *Coordinador de Prácticas Profesionales*, la calificación final se afectará de acuerdo a la duración del retraso.

12.3. Cambios: el practicante deberá informar de inmediato al *Comité de Prácticas Profesionales* todo cambio, dificultad u obstáculo que se le presente en el desarrollo de su *Práctica Profesional*.

12.4. Compromisos: durante la *Práctica Profesional*, el estudiante deberá atender la totalidad de compromisos académicos adquiridos al matricularse.

12.5. Conocimiento de reglamentos y convenio: el practicante está en obligación de conocer y acatar el *Reglamento de Prácticas Profesionales*, el Estatuto Estudiantil y el Convenio de Práctica Profesional suscrito con la respectiva Organización.

12.6. Asesorías: el practicante deberá asistir a las asesorías programadas y concertadas con el docente asesor, previo aviso a la Organización o Empresa. Los horarios de asesorías serán acordados entre docente asesor y practicante, y se realizarán semanalmente, de lunes a viernes, en horas laborales. Cada asesoría presencial, telefónica o virtual debe consignarse en el formato de seguimiento respectivo. Las asesorías telefónicas o virtuales, para estudiantes que estén realizando su práctica por fuera de la ciudad de Cúcuta, se registrarán por los siguientes parámetros:

- Se realizarán con base en documentos o temarios presentados por el estudiante con ocho (8) días de anticipación.
- 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.
- Solamente se realizarán asesorías en horario de laboral.
- Si un estudiante incumple con el horario acordado para la asesoría y no presenta excusa justificada, la nota de la respectiva asesoría será de cero (0.0).

Parágrafo 6°: de acuerdo con lo pactado en el convenio de práctica profesional, la organización o empresa debe otorgar al practicante un **mínimo de tres horas semanales**, en horario laboral, para recibir asesoría o realizar tareas puntuales de su propuesta de intervención.

CAPÍTULO IV: DERECHOS Y DEBERES DE LA UNIVERSIDAD

ARTÍCULO 13. DE LOS DERECHOS. Se consideran como derechos de la Universidad Francisco de Paula Santander, mediante el Programa de Comunicación Social, los siguientes:

- Exigir el cumplimiento del presente reglamento y aplicar las sanciones en él establecidas.
- Dar por terminado el convenio de práctica profesional con la organización que no cumpla con las obligaciones establecidas.

- Escoger y retirar del Programa de Comunicación Social de la UFPS a los docentes asesores que no cumplan con las obligaciones establecidas.
- Definir los sitios de práctica y visitarlos cuando lo estime conveniente.
- El Programa de Comunicación Social, por justa causa, podrá sustituir la práctica profesional de un estudiante que haya abandonado o haya sido retirado de ella por la Organización o por la Universidad misma.

Parágrafo 1º: la asignación de un nuevo sitio de práctica solamente se justificará cuando el *Comité de Prácticas Profesionales* considere que las razones para el retiro del estudiante no son por causa directa de sus acciones en la organización. Este cambio solo es posible cuando el estudiante haya cursado un porcentaje igual o inferior al 30 % del tiempo estipulado para la *Práctica Profesional*.

ARTÍCULO 14. DE LOS DEBERES. Se consideran como deberes de la Universidad Francisco de Paula Santander, mediante el Programa de Comunicación Social, los siguientes:

- 14.1. Organizaciones:** los lugares de práctica serán acordados oportunamente entre el Coordinador de Prácticas Profesionales y el estudiante.
- 14.2. Requisitos:** las organizaciones elegibles para el desarrollo de la *Práctica Profesional* deben cumplir con los siguientes requisitos:
 - Estar legalmente constituidas.
 - Tener una antigüedad no menor a dos (2) años
 - Contar con el espacio y las herramientas adecuadas para el trabajo del practicante
 - Designar un supervisor de la práctica del estudiante.
- 14.3. Selección:** las condiciones de selección del practicante serán determinadas por la organización. La Universidad velará por la eficiencia y equidad en el proceso y procurará que coincidan, en lo posible, los perfiles del estudiante con los solicitados por la organización.
- 14.4. Convenio:** la Universidad es la encargada de establecer los convenios con las organizaciones, para la realización de la práctica profesional.
- 14.5. Asesorías:** la Universidad, mediante un docente asesor, orientará y/o coordinará las diferentes etapas del proceso de *Práctica Profesional*. Para el efecto, el Coordinador de Prácticas Profesionales del Programa de Comunicación Social deberá informar oportunamente al practicante sobre el docente asesor que le ha sido asignado, para acordar sitio y horario de asesorías.
- 14.5. Visitas:** las visitas a los practicantes que estén en la ciudad de Cúcuta serán programadas por el docente asesor, de acuerdo con las necesidades de cada practicante y, tanto el estudiante como el asesor y el jefe inmediato, deben diligenciar el formato de visita respectivo. Para aquellos estudiantes que se encuentren fuera de la ciudad de Cúcuta, se hará seguimiento mediante llamadas telefónicas periódicas al jefe inmediato designado por la organización.
- 14.6. De los Derechos del Asesor:** se consideran como derechos del docente asesor los siguientes:
 - Negar la atención al practicante por llegar tarde a la asesoría y exigir a éste el cumplimiento de sus deberes.

- Renunciar a la asesoría, en caso de incumplimiento grave por parte del practicante.

14.7. De los Deberes del Asesor: Se consideran como deberes del docente asesor los siguientes:

- Asistir oportunamente a las reuniones del *Comité de Prácticas Profesionales* y entregar las evaluaciones e informes correspondientes.
- Brindar asesoría, durante el período de *Práctica Profesional*, mínimo una hora semanal a cada practicante, sin que estos excedan los diez estudiantes asesorados por semestre.
- Evaluar los informes parciales y finales del practicante y entregar la calificación en las fechas establecidas por el Coordinador de Prácticas Profesionales.
- Diligenciar el formato de seguimiento de asesoría donde quede constancia de los avances logrados y de las observaciones realizadas al practicante, mediante la firma del respectivo formato en cada sesión.
- Informar oportunamente al *Comité de Prácticas Profesionales* las anomalías que se presenten durante el período académico de cada practicante.
- Visitar el sitio de práctica profesional del estudiante, para orientarlo en el cumplimiento de sus funciones, además de la definición y realización del Informe Final.

ARTICULO 15. DEL COMITÉ DE PRÁCTICAS PROFESIONALES. Este es un Comité de apoyo al Programa de Comunicación Social que está encargado de generar estrategias de mejoramiento en los procesos académicos concernientes a la *Práctica Profesional* y presentar soluciones para los casos especiales o de dificultad en la aplicación e interpretación del presente *Reglamento de Prácticas Profesionales*. Está integrado por el Director del Programa, el Coordinador de Prácticas Profesionales y los docentes asesores. El Coordinador de Prácticas Profesionales será el encargado de la supervisión del proceso de prácticas y de la elaboración de los formatos e informes correspondientes.

CAPITULO VI: PROCESOS DEL COMITÉ DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

ARTÍCULO 16. PROCESOS. Los procesos fundamentales que se desarrollan en el marco de la *Práctica Profesional* son los siguientes:

- 16.1. Ubicación:** es el proceso mediante el cual se verifica y aprueba el lugar de práctica profesional seleccionado por el estudiante.
- 16.2. Seguimiento:** es el proceso mediante el cual se asiste al estudiante con el fin de apoyar su práctica profesional, con el propósito de dar cumplimiento a lo establecido en el convenio.
- 16.3. Evaluación:** es el proceso mediante el cual se evalúa el desempeño del practicante y se le asigna una nota. En este proceso participan tres instancias, cada una de las cuales otorga un porcentaje de la nota final: Organización, Asesor y Comité de Prácticas Profesionales. Esta evaluación se califica entre cero punto cero (0.0) y cinco punto cero (5.0).
- 16.3.1. Evaluación por parte de la Organización:** es la evaluación escrita de tipo cualitativo y cuantitativo que hace el jefe inmediato sobre el desempeño del practicante, mediante un formato enviado por el Coordinador de Prácticas Profesionales. Esta evaluación tendrá un valor de 15% sobre el porcentaje de la nota final.

16.3.2. **Evaluación por parte del Asesor:** es la evaluación escrita de tipo cuantitativo que realiza el docente asesor mediante la valoración de dos informes (15% cada uno), la asistencia a las asesorías y los avances en el proyecto (25%). Se estiman como criterios para la **evaluación** del proceso de práctica profesional los siguientes:

- La capacidad de gestión que demuestra el estudiante frente a las responsabilidades, tareas y funciones asignadas tanto por la Organización como por el Programa de Comunicación Social de la UFPS, durante su proceso de *Práctica Profesional*.
- La responsabilidad en el cumplimiento de los objetivos concertados en el *Formato de Propuesta de Intervención* (Ver Anexo No. 1).
- 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 *Práctica Profesional*.
- El compromiso ético y profesional del estudiante para con el desarrollo concreto de su propuesta de intervención en la organización donde realiza su práctica.
- El alcance y el impacto de los resultados de su propuesta de intervención en la organización.

16.3.3. **Evaluación por parte del Comité de Prácticas Profesionales:** es la evaluación cuantitativa que se realiza sobre el Informe Final de Práctica Profesional que presenta cada estudiante y que tiene un porcentaje de 30% sobre la nota final de la asignatura *Práctica Profesional*. De considerarlo necesario, el Comité de Prácticas Profesionales podrá llamar al estudiante a sustentación de este informe final.

ARTÍCULO 17. CALIFICACIÓN FINAL. La *Práctica Profesional* se aprueba con una calificación igual o superior a tres (3.0).

ARTICULO 18. DEL INFORME FINAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL. La elaboración del Informe Final de *Práctica Profesional* debe contar con los siguientes soportes y procedimientos:

18.1. Guías de Práctica Profesional: son materiales de orientación elaborados por el Programa de Comunicación Social para el desarrollo de la *Práctica Profesional* en cualquiera de sus tres modalidades u opciones: Práctica en el área de Comunicación y Medios, Práctica en el área de Comunicación Organizacional y Práctica en el área de Comunicación para el Cambio Social. La guía se constituye en la base para el diseño y desarrollo de la propuesta de intervención, de acuerdo con la modalidad u opción seleccionada por cada practicante, y deberá tenerse en cuenta para la elaboración de los dos informes de avance y del informe final de la *Práctica Profesional*. (Ver Anexos No. 2, No. 3 y No. 4).

18.2. Carta de aceptación: el informe final debe contener una *carta de aceptación de la propuesta de intervención*, debidamente firmada por el jefe inmediato del practicante en la organización, en la cual se aval el diseño y ejecución de dicha propuesta de intervención.

18.3. Contenido, soporte y características: el informe final debe contener el desarrollo completo de los ítems señalados en la guía correspondiente y debe presentarse en soporte digital (entregar tres CD debidamente marcados), elaborado en word, tamaño carta, letra arial de 12 puntos y con Normas ICONTEC vigentes. Además, a este informe deben adjuntarse –también en

digital- todas las evidencias que den cuenta del desarrollo integral de la *Práctica Profesional*.

CAPÍTULO VII: DE LAS SANCIONES CONCERNIENTES A LA PRÁCTICA PROFESIONAL

ARTICULO 19. Se consideran como faltas contra el presente *Reglamento de Prácticas Profesionales*, por parte del estudiante:

- No cumplir a cabalidad con las dieciséis (16) semanas que posee el periodo de *Práctica Profesional*, de acuerdo con lo estipulado en el calendario académico de la UFPS.
- No cumplir oportunamente con los trámites de legalización del convenio de *Práctica Profesional*, el cual debe concretarse y firmarse durante el primer mes de clases, según el calendario académico.
- La renuncia del estudiante a la organización o empresa donde realiza la *Práctica Profesional*, sin conocimiento o autorización del *Comité de Prácticas Profesionales* del Programa.
- Ser desvinculado de la organización por violación de sus normas o reglamentos, o por demostración de incompetencia.
- La inasistencia injustificada a las asesorías presenciales, telefónicas o virtuales acordadas con el docente asesor.
- La no presentación, al docente asesor, de los informes correspondientes.
- Cometer fraude en el desarrollo de las actividades relacionadas con el período de *Práctica Profesional*.
- En casos especiales en donde, por motivos personales o de fuerza mayor, un estudiante se vea obligado a cancelar su *Práctica Profesional*, deberá reportar inmediatamente su caso tanto al docente asesor como al Coordinador de Prácticas Profesionales. La autorización para cancelar *Práctica Profesional* a un estudiante que ya está vinculado a una organización mediante convenio, debe ser emitida por el Comité Curricular del Programa de Comunicación Social de la UFPS y, en ningún caso, podrá hacerlo el estudiante de manera personal, puesto que solamente la Universidad o la Organización pueden, de manera oficial y por escrito, dar terminado un convenio de *Práctica Profesional*.

Anexo No. 1:
Formato de Propuesta de Intervención

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PRÁCTICA PROFESIONAL - FORMATO PROPUESTA INTERVENCIÓN			
Nombre del Practicante		Celular	E-mail
Modalidad u opción de práctica			
Fecha de Inicio de la Práctica	Fecha de Finalización de la Práctica	Convenio	
		SI	NO
Empresa	Dirección	Ciudad	
Pagina Web	Teléfono	Fax	
Jefe Inmediato:	Cargo:	Teléfono:	
Descripción de la organización o empresa:			
Área o departamento donde se realiza la práctica:			
Funciones asignadas al practicante por el Jefe Inmediato:			
Funciones propuestas por el practicante:			
PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN LA ORGANIZACIÓN			
Tema o asunto de la propuesta de intervención:			
Justificación: (Argumentar las razones por las cuales el practicante desarrollará esta propuesta, su relación con el desempeño profesional del Comunicador Social, los criterios y necesidades que se tuvieron en cuenta para formularla).			
Alcances y limitaciones: ¿Cuáles son los alcances reales de la propuesta de intervención? ¿Cuáles son sus limitaciones?)			

Anexo No. 2:
Guía de Propuesta de Intervención en Comunicación y Medios

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PRÁCTICA PROFESIONAL
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL
DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN Y MEDIOS



Esta guía tiene como finalidad proporcionar los elementos básicos que permitan al practicante de Comunicación Social de la UFPS la formulación y ejecución del Informe Final, documento que será presentado como soporte de la práctica profesional. Agradecemos su lectura detenida.

El *Informe Final de Práctica Profesional* está compuesto por tres partes esenciales:

PRELIMINARES
CUERPO DEL TRABAJO
COMPLEMENTARIOS

I. PRELIMINARES: se relaciona con los elementos que anteceden al cuerpo del documento, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del *Informe Final de Práctica Profesional*. El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Tapa o pasta
- Guardas
- Cubierta
- 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 practicante considere que deben ser definidos para mayor claridad del informe.

II. CUERPO DEL TRABAJO: son los capítulos que hacen parte del documento; consta de:

TÍTULO:

Frase que servirá para darle nombre al trabajo. Debe estar ubicado en espacio y tiempo; además, debe dar una idea concreta acerca del contenido y estructura del informe final.

INTRODUCCIÓN:

Una buena introducción debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿En qué consistió el trabajo de la práctica final y la propuesta de intervención?.
- ¿Para qué se hizo el informe?.
- ¿Cómo se realizó el informe?.

1. CONTEXTO

1.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

- Nombre completo de la organización o empresa y/o Razón Social

- Cobertura: local, regional, nacional o internacional
- Misión y Visión
- Políticas
- Organigrama completo de la organización o empresa
- Reseña histórica: debe contener los aspectos principales que dieron origen a la organización. Es importante plantear quienes 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 hasta su estado actual.

1.2. FUNCIONES DEL COMUNICADOR SOCIAL

- Funciones asignadas por el Jefe Inmediato
- Funciones propuestas por el practicante.
- Funciones adicionales, si las hay.
- Cronograma diario o semanal de actividades como practicante.
- Copia del convenio o contrato establecido entre la UFPS, la Organización y el estudiante.

2. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN Y MEDIOS

- 2.1. TÍTULO DEL PROYECTO: debe ser creativo, novedoso y evidenciar el contenido del informe.
- 2.2. TEMA: el tema se refiere a un área específica de la comunicación, los medios o el periodismo en la cual se inserta la propuesta de intervención.
- 2.3. OBJETIVOS: Tanto el *objetivo general* como los *objetivos específicos* se plantean en términos de lo que la organización o empresa de medios va a lograr con la propuesta de intervención y no lo que el comunicador va a hacer. Los objetivos específicos deben ser medibles, delimitados en un tiempo y un espacio.
- 2.4. JUSTIFICACIÓN: argumentar las razones por las cuales el practicante desarrollará esta propuesta de intervención, su relación con el desempeño profesional del Comunicador Social, además de los criterios y necesidades que se tuvieron en cuenta para formularlo.
- 2.5. METODOLOGÍA: Se debe evidenciar la metodología que el practicante va a emplear para desarrollar su propuesta, cómo lo va a hacer y qué métodos o técnicas va a emplear para lograr los objetivos propuestos.
- 2.6. COMPONENTE TEÓRICO: hace referencia al sustento teórico que acompaña el quehacer profesional del Comunicador Social. ¿Qué teorías o modelos resultan pertinentes para el desarrollo de la propuesta de intervención? ¿Bajo qué perspectiva se van a abordar? ¿Cómo brindan fundamento teórico a la propuesta?
- 2.7. ALCANCES Y LIMITACIONES: ¿Cuáles son los alcances reales de la propuesta de intervención? ¿Cuáles son sus limitaciones?
- 2.8. PRODUCTO O PRODUCTOS ESPERADOS: se refiere, en concreto, al tipo de productos que se espera obtener en desarrollo de la propuesta de intervención, las características que este producto va a tener, público al que está dirigido, etc. Por ejemplo: un video documental, una página web, un nuevo esquema de trabajo en redes sociales, un manual o una cartilla, entre otros. Deben ser productos propios del quehacer del Comunicador Social.
- 2.9. PLAN DE TRABAJO PARA EL SEMESTRE: Construir un plan de trabajo que permita visualizar, mediante un cronograma, las labores, fechas y actividades que se realizaron en

desarrollo de la propuesta de intervención. (El plan de trabajo para la propuesta de intervención no debe confundirse con el cronograma diario o semanal del practicante).

Ejemplo:

SEMANA	ACTIVIDAD	LUGAR	RECURSOS	RESPONSABLE
8-12 Febrero				
16-19 Febrero				

2.10. BIBLIOGRAFÍA: Debe referenciar los libros de texto, manuales, guías, autores, sitios web y demás documentos utilizados como apoyo teórico y conceptual para el desarrollo de la propuesta de intervención en comunicación y medios. Esta referencia bibliográfica debe realizarse de acuerdo con la última versión de las Normas ICONTEC.

III. COMPLEMENTARIOS: hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo y que no forman parte del texto del documento. Ellos son:

- **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA PRÁCTICA:** el estudiante responderá este apartado de acuerdo con las siguientes consideraciones:
 - ¿Cuáles fueron las principales conclusiones de su proceso de *Práctica Profesional*?
 - ¿Lo que aprendió en su carrera le sirvió para su desempeño en la *Práctica Profesional*?
 - ¿Se requieren cambios en el plan de estudios del Programa de Comunicación Social?
 - Recomendaciones para el Comité de Prácticas Profesionales.
 - Recomendaciones para las organizaciones o empresas que solicitan practicantes
 - Recomendaciones para el Programa de Comunicación Social y la Universidad
 - Otras recomendaciones
- **AUTOEVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL:** el estudiante deberá realizar una autoevaluación de su proceso de *Práctica Profesional*, teniendo en cuenta los siguientes puntos:
 - Situación inicial y situación final: ¿Cómo me desempeñaba al principio de la práctica y cómo lo hago al finalizar mi proceso?
 - Logros profesionales obtenidos gracias a su *Práctica Profesional*.
 - Dificultades observadas en desarrollo de su trabajo
 - Valoración cualitativa de sus aprendizajes.
- **APÉNDICES:** son aquellos elementos creados por el practicante para la realización de su informe final, es decir, cuadros, formatos, tablas, gráficos 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, sino que son extraídos de otras fuentes. Los artículos periodísticos publicados hasta el momento, producciones radiofónicas o audiovisuales (CD o DVD debidamente marcado y ficha respectiva), material multimedia o web (en CD o DVD debidamente marcado) harán parte de este ítem y deberán colocarse en orden cronológico, de manera que evidencien los progresos y el crecimiento profesional del practicante. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares).

Anexo No. 3:

Guía de Propuesta de Intervención en Comunicación para el Cambio Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PRÁCTICA PROFESIONAL
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL DE PRÁCTICAS
PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL



Esta guía tiene como finalidad proporcionar los elementos básicos que permitan al practicante de Comunicación Social de la UFPS la formulación y ejecución del Informe Final, documento que será presentado como soporte de la práctica profesional. Agradecemos su lectura detenida.

El *Informe Final de Práctica Profesional* está compuesto por tres partes esenciales:

PRELIMINARES CUERPO DEL TRABAJO COMPLEMENTARIOS

I. PRELIMINARES: se relaciona con los elementos que anteceden al cuerpo del documento, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del *Informe Final de Práctica Profesional*. El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Tapa o pasta
- Guardas
- Cubierta
- 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 practicante considere que deben ser definidos para mayor claridad del informe.

II. CUERPO DEL TRABAJO: son los capítulos que hacen parte del documento; consta de:

TÍTULO:

Frase que servirá para darle nombre al trabajo. Debe estar ubicado en espacio y tiempo; además, debe dar una idea concreta acerca del contenido y estructura del informe final.

INTRODUCCIÓN:

Una buena introducción debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿En qué consistió el trabajo de la práctica final y la propuesta de intervención?.
- ¿Para qué se hizo el informe?.
- ¿Cómo se realizó el informe?.

1. CONTEXTO

- 1.1. MACROAMBIENTE: ENTORNO GENERAL: Factores externos que impactan a la organización (económicos, tecnológicos, sociales, políticos, etc.)
- 1.2. MICROAMBIENTE: DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:
 - Nombre de la organización o empresa y/o Razón Social
 - Tipo de organización: ONG, empresa de servicios, cooperativa, etc.
 - Reseña histórica: Debe contener los aspectos principales que dieron origen a la organización. Es importante plantear quiénes fueron sus fundadores, número actual de empleados o colaboradores, actividad económica o de financiación, ubicación, áreas con que contaba la organización inicialmente y cuáles han sido los procesos que han generado la evolución hasta su estado actual.

En este punto se pretende que el estudiante indague sobre la organización o 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
 - Funcionograma (si lo hay)
- 1.3. PAPEL DEL COMUNICADOR: en este punto el practicante debe ubicar su rol dentro del contexto de la organización.
 - Funciones asignadas por el Jefe Inmediato
 - Funciones propuestas por el practicante.
 - Funciones adicionales, si las hubo.

2. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

- 2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA: describir con claridad 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:
 - *Organización o empresa*: se debe hacer referencia a la pertinencia que debe existir entre el tema propuesto para el trabajo y el objetivo de la organización.
 - *Relación de la propuesta*: con el ámbito de la comunicación para el cambio social.
 - *Impacto social*: responde acerca de quiénes y cómo se beneficiarán de la propuesta de intervención.
- 2.3. FUNDAMENTO TEÓRICO: hace referencia breve al sustento teórico que acompaña el quehacer profesional del Comunicador Social. ¿Qué teorías o modelos resultan pertinentes para el desarrollo de la propuesta de intervención? ¿Bajo qué perspectiva de la Comunicación para el Cambio Social se van a abordar? ¿Cómo brindan fundamento teórico a la propuesta de intervención?
- 2.4. OBJETIVOS: tanto el objetivo general como los específicos se plantean en términos de lo que la organización va a lograr con la propuesta y no lo que el Comunicador va a hacer. Los objetivos específicos deben ser medibles, delimitados en un tiempo y un espacio.

- 2.5. **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.
- 2.6. **TÁCTICAS:** es la forma como se llevarán a cabo las estrategias (actividades y acciones).
- 2.7. **RESULTADOS OBTENIDOS:** toda la información por procesada, analizada, sugerida o presentada usando cualquier canal de comunicación, debe ser referenciada en este capítulo. Los resultados, las tabulaciones de encuestas si las hubo, las anotaciones que se consideren pertinentes y todo lo encontrado debe ser referenciado en este apartado.
- 2.8. **DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y SUGERENCIAS:** todo lo que estudiante ejecutó y encontró durante el desarrollo de su propuesta de intervención puede ser discutido y confrontado, con el propósito de recomendarle a la organización los pasos a seguir una vez el proceso de comunicación para el cambio social se haya iniciado. Es necesario hacer hincapié en la perspectiva comunicativa y promover un ejercicio que no sea únicamente el de *ejecutor* de actividades, sino el de generador de procesos.
- 2.9. **INDICADORES DE GESTIÓN:** los indicadores son maneras de cuantificar el alcance de la propuesta de intervención. Calcule para ello el número de actividades realizadas (estimadas) y ubique al frente de cada una de ellas el total esperado. Al final de la ejecución de la propuesta debe entregarse esta información en forma de porcentaje.
- 2.10. **PLAN DE TRABAJO PARA EL SEMESTRE:** construir un plan de trabajo que permita visualizar, mediante un cronograma, las labores, fechas y actividades que se realizaron en desarrollo de la propuesta de intervención. (El plan de trabajo para la propuesta de intervención no debe confundirse con el cronograma diario o semanal del practicante).

Ejemplo:

SEMANA	ACTIVIDAD	LUGAR	RECURSOS	RESPONSABLE
8-12 Febrero				
16-19 Febrero				

- 2.11. **BIBLIOGRAFÍA:** Debe referenciar los libros de texto, manuales, guías, autores, sitios web y demás documentos utilizados como apoyo teórico y conceptual para el desarrollo de la propuesta de intervención en comunicación para el cambio social. Esta referencia bibliográfica debe realizarse de acuerdo con la última versión de las Normas ICONTEC.

III. COMPLEMENTARIOS: hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo y que no forman parte del texto del documento. Ellos son:

- **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA PRÁCTICA:** el estudiante responderá este apartado de acuerdo con las siguientes consideraciones:
 - ¿Cuáles fueron las principales conclusiones de su proceso de *Práctica Profesional*?
 - ¿Lo que aprendió en su carrera le sirvió para su desempeño en la *Práctica Profesional*?
 - ¿Se requieren cambios en el plan de estudios del Programa de Comunicación Social?
 - Recomendaciones para el Comité de Prácticas Profesionales.
 - Recomendaciones para las organizaciones o empresas que solicitan practicantes
 - Recomendaciones para el Programa de Comunicación Social y la Universidad
 - Otras recomendaciones

- **AUTOEVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL:** el estudiante deberá realizar una autoevaluación de su proceso de *Práctica Profesional*, teniendo en cuenta los siguientes puntos:
 - Situación inicial y situación final: ¿Cómo me desempeñaba al principio de la práctica y cómo lo hago al finalizar mi proceso?
 - Logros profesionales obtenidos gracias a su *Práctica Profesional*.
 - Dificultades observadas en desarrollo de su trabajo
 - Valoración cualitativa de sus aprendizajes.
- **APÉNDICES:** son aquellos elementos creados por el practicante para la realización de su informe final, es decir, cuadros, formatos, tablas, gráficos 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, sino que son extraídos de otras fuentes. Los artículos periodísticos publicados hasta el momento, producciones radiofónicas o audiovisuales (CD o DVD debidamente marcado y ficha respectiva), material multimedia o web (en CD o DVD debidamente marcado) harán parte de este ítem y deberán colocarse en orden cronológico, de manera que evidencien los progresos y el crecimiento profesional del practicante. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares).

Anexo No. 4:
Guía de Propuesta de Intervención en Comunicación Organizacional

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PRÁCTICA PROFESIONAL
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL
DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



Esta guía tiene como finalidad proporcionar los elementos básicos que permitan al practicante de Comunicación Social de la UFPS la formulación y ejecución del Informe Final, documento que será presentado como soporte de la práctica profesional. Agradecemos su lectura detenida.

El *Informe Final de Práctica Profesional* está compuesto por tres partes esenciales:

PRELIMINARES
CUERPO DEL TRABAJO
COMPLEMENTARIOS

I. PRELIMINARES: se relaciona con los elementos que anteceden al cuerpo del documento, los cuales se utilizan de acuerdo con las necesidades del *Informe Final de Práctica Profesional*. El siguiente es el orden en que deben quedar los elementos a utilizar:

- Tapa o pasta
- Guardas
- Cubierta
- 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 practicante considere que deben ser definidos para mayor claridad del informe.

II. CUERPO DEL TRABAJO: son los capítulos que hacen parte del documento; consta de:

TÍTULO:

Frase que servirá para darle nombre al trabajo. Debe estar ubicado en espacio y tiempo; además, debe dar una idea concreta acerca del contenido y estructura del informe final.

INTRODUCCIÓN:

Una buena introducción debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿En qué consistió el trabajo de la práctica final y la propuesta de intervención?.
- ¿Para qué se hizo el informe?.
- ¿Cómo se realizó el informe?.

1. CONTEXTO

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

1.2. MICROAMBIENTE: DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:

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

En este punto se pretende que el estudiante indague sobre la organización o 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
- Funcionograma (si lo hay)

1.3. PAPEL DEL COMUNICADOR: en este punto el practicante debe ubicar su rol dentro del contexto de la organización.

- Funciones asignadas por el Jefe Inmediato
- Funciones propuestas por el practicante.
- Funciones adicionales, si las hubo.

2. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

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 la propuesta de intervención y el objetivo de la organización.
- *Relación de la propuesta de intervención*: con el ámbito de la comunicación organizacional.
- *Impacto social*: responde a las preguntas, quiénes y cómo se beneficiarán del resultado final del informe de práctica profesional.

3. REFERENTE TEÓRICO

3.1. MARCO TEÓRICO: hace referencia a la descripción teórica desde la cual el practicante sustenta la elaboración de su propuesta de intervención, con el fin de dar solución al problema o necesidad detectada.

3.2. MARCO CONCEPTUAL: son aquellas categorías a analizar que parten de la teoría 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: el diagnóstico contiene los siguientes componentes:

4.1. COMPONENTE TEÓRICO:

- Análisis de la población con que se va a trabajar.
- Población total y muestra representativa.
- Variables (están relacionadas con el marco teórico).

4.2. COMPONENTE PRÁCTICO: está conformado por las cinco (5) técnicas de recolección de información para el desarrollo de la propuesta de intervención. Se pueden utilizar desde una hasta cinco técnicas:

- Observación
- Encuesta
- Entrevista
- Revisión de documentos
- Técnica grupal

4.3. RESULTADOS: teniendo en cuenta los datos recolectados se establecen los resultados cuantitativos (tabulación) y cualitativos (interpretación y análisis de los datos, desde la perspectiva del Comunicador Social para encontrar soluciones).

5. INTERVENCIÓN

5.1. DELIMITACIÓN DE LA NECESIDAD: se debe desarrollar un planteamiento del trabajo puntual, con base en la pregunta ¿qué se 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 propuesta de intervención desde la comunicación organizacional y no lo que el Comunicador Social 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: están relacionadas con la forma como se van a llevar a cabo las estrategias (actividades y acciones).

5.5. POLÍTICAS: en este punto se establecen los principios que deben ser tenidos en cuenta por la organización, de modo 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.

5.6. CRONOGRAMA: esquematizar mediante un gráfico de Gannt, las actividades a realizar y el tiempo requerido, expresado en semanas. El diseño del cronograma debe realizarse de manera objetiva, puesto que servirá de herramienta para realizar el seguimiento a las actividades desarrolladas por parte del practicante.

5.7. PRESUPUESTO: se trata de calcular el precio de cada una de las acciones contempladas en el cronograma; se pueden especificar, por separado, el valor de los recursos humanos y el de los recursos administrativos, contemplando siempre 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 la propuesta de intervención propuesta.

5.8. 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 versión de las Normas ICONTEC.

III. COMPLEMENTARIOS: hace relación a los elementos que se anexan al cuerpo de trabajo y que no forman parte del texto del documento. Ellos son:


- **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA PRÁCTICA:** el estudiante responderá este apartado de acuerdo con las siguientes consideraciones:
 - ¿Cuáles fueron las principales conclusiones de su proceso de *Práctica Profesional*?
 - ¿Lo que aprendió en su carrera le sirvió para su desempeño en la *Práctica Profesional*?
 - ¿Se requieren cambios en el plan de estudios del Programa de Comunicación Social?
 - Recomendaciones para el Comité de Prácticas Profesionales.
 - Recomendaciones para las organizaciones o empresas que solicitan practicantes
 - Recomendaciones para el Programa de Comunicación Social y la Universidad
 - Otras recomendaciones

- **AUTOEVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL:** el estudiante deberá realizar una autoevaluación de su proceso de *Práctica Profesional*, teniendo en cuenta los siguientes puntos:
 - Situación inicial y situación final: ¿Cómo me desempeñaba al principio de la práctica y cómo lo hago al finalizar mi proceso?
 - Logros profesionales obtenidos gracias a su *Práctica Profesional*.
 - Dificultades observadas en desarrollo de su trabajo
 - Valoración cualitativa de sus aprendizajes.

- **APÉNDICES:** son aquellos elementos creados por el practicante para la realización de su informe final, es decir, cuadros, formatos, tablas, gráficos 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, sino que son extraídos de otras fuentes. Los artículos periodísticos publicados hasta el momento, producciones radiofónicas o audiovisuales (CD o DVD debidamente marcado y ficha respectiva), material multimedia o web (en CD o DVD debidamente marcado) harán parte de este ítem y deberán colocarse en orden cronológico, de manera que evidencien los progresos y el crecimiento profesional del practicante. (Incluir en las listas especiales del punto I de preliminares).

Anexo No. 5:
Formato evaluación del Jefe Inmediato

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EVALUACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL – JEFE INMEDIATO	
---	---

Información General			
Fecha:	Nombre del Estudiante:		
Periodo de Práctica:	Desde	Hasta	
Nombre de la organización:			
Dependencia (Departamento) donde labora el Practicante:			
Nombre Jefe Inmediato del Practicante:			
Cargo Jefe Inmediato:		Profesión:	
Dirección:	Ciudad:		Dpto:
Teléfono (Empresa)	Fax:	E-mail:	
Teléfono (Jefe)		Celular	

Funciones del Practicante
¿Cuáles son las principales funciones asignadas al practicante dentro de la empresa?
¿Cómo evalúa Usted el cumplimiento de cada una de esas funciones?

Esta segunda parte del instrumento contiene dos aspectos a evaluar en el desempeño del Practicante en la organización, los cuales se categorizan de la siguiente manera: (a) *Aspecto laboral*, (b) *Aspecto personal*. Para cada indicador señale con una equis (x) su apreciación, teniendo en cuenta la siguiente escala:

Excelente: Su desempeño sobrepasa totalmente las exigencias de la práctica.

Satisfactorio: Su desempeño sobrepasa en algunos aspectos las exigencias de la práctica.

Aceptable: Su desempeño corresponde a los requisitos mínimos exigidos en la práctica.

Deficiente: Su desempeño, en algunos aspectos, está por debajo de las exigencias de la práctica.

Inexistente: Su desempeño se encuentra muy por debajo de las exigencias de la práctica.

	Ítem	Excelente (0,4)	Satisfactorio (0,3)	Aceptable (0,2)	Deficiente (0,1)	Inexistente (0,0)
ASPECTO LABORAL	Dominio teórico y conceptual					
	Responsabilidad					
	Logro de objetivos					
	Manejo de tecnologías					
	Iniciativa					
	Recursividad					
	Creatividad					
	Capacidad de gestión					
	Comunicación oral y escrita					
	Manejo de conflictos					
	Cumplimiento de las normas que posee la empresa					
	Planificación y organización de tareas					
	Ejecución de las tareas encomendadas					
	Actuación y capacidad ante situaciones imprevistas					
	Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas asignadas					
ASPECTO PERSONAL	Capacidad de adaptación profesional					
	Relaciones interpersonales					
	Comportamiento ético					
	Puntualidad y manejo del tiempo					
	Presentación personal					
	Capacidad para aceptar sugerencias					
	Capacidad para trabajar bajo presión					
	Capacidad para trabajar en equipo					
	Confianza en si mismo					
	Facilidad y disposición para adquirir, poner en práctica y desarrollar nuevos conocimientos					

En su concepto: ¿Qué áreas de formación académica debe fortalecer el practicante?

Considerando el desempeño del estudiante en el desarrollo de su <i>Práctica Profesional</i> , ¿qué sugerencias hace su organización a nuestro Programa para su fortalecimiento académico?

¿Desearía contar con otro estudiante de nuestro Programa de Comunicación social para realizar práctica profesional en su organización? SI () NO ()
--

Si su respuesta es afirmativa, por favor enviar su solicitud al correo electrónico comunicacionsocial@ufps.edu.co. Es importante que consigne la siguiente información en el mensaje:

Nombre de la empresa:
Dirección, teléfonos y mail:
Nombre del Representante Legal:
NIT de la Empresa:
Funciones a desempeñar por el practicante:
Horario requerido:
Fecha posible de inicio:
Auxilio mensual:
Duración de la práctica:

Nombre y cargo Jefe Inmediato	Firma
-------------------------------	-------