

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MEJORA DE LA
COMUNICACIÓN CON LOS ESTUDIANTES EN EL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA POR MEDIO DE
UNA APLICACIÓN MÓVIL.**

Marcela Alejandra Aguilar Salcedo

Melissa Andrea Blanco Palacin

María José Solano Castaño

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA

2014

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMETACIÓN DE UNA MEJORA DE LA
COMUNICACIÓN CON LOS ESTUDIANTES EN EL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA POR MEDIO DE
UNA APLICACIÓN MÓVIL.**

Marcela Alejandra Aguilar Salcedo

Melissa Andrea Blanco Palacin

María José Solano Castaño

TRABAJO DE GRADO

Para optar el título de Comunicadores Sociales

TUTOR

JORGE MATSON CARBALLO

Comunicador Social



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
NOVIEMBRE 2014**

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	7
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. PLANTEAMIENTO	13
3.1 Descripción del Problema.....	13
3.2 Pregunta Problema.....	20
4. OBJETIVOS	21
4.1 Objetivo General.....	21
4.2 Objetivos Específicos.....	21
5. ESTADO DEL ARTE	22
5.1 Comunicación Organizacional – Nuevas Tecnologías.....	23
5.2 Comunicación Interna – Aplicaciones Móviles.....	25
5.3 Aplicaciones Móviles.....	26
6. MARCO TEORÍCO – CONCEPTUAL	29
6.1 Relevancia de la comunicación en las organizaciones.....	31
6.2 Las nuevas tecnologías como apoyo de la comunicación.....	32
6.3 Conectivismo y su relación con el individuo.....	33
6.4 El mensaje digital.....	34
6.5 Los medios digitales como facilitadores en la comunicación.....	35
6.6 Aplicaciones móviles como herramientas de comunicación.....	36
7. DISEÑO METODOLÓGICO	37
7.1 Método de investigación.....	37
7.2 Tipo de investigación.....	38
7.3 Constructo.....	38
7.4 Técnicas, Estrategias e Instrumentos.....	39
7.5 Instrumentos de recolección de información.....	40

8. OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS	44
9. PRESENTACIÓN ANÁLISIS DE RESULTADOS	45
9.1 Fases resultados grupo focal.....	45
9.2 ANALISIS DE RESULTADOS	48
9.3 Los medios de información.....	49
9.4 Las redes sociales y su impacto en la sociedad.....	52
9.5 Las aplicaciones móviles, nueva alternativa de comunicación.....	53
10. CRONOGRAMA	58
11. PRESUPUESTO	59
12. CONCLUSIÓN	60
13. RECOMENDACIONES	62
14. BIBLIOGRAFIA	70
15. ANEXOS	73

“El camino no fue fácil, se necesitó de esfuerzo, sacrificio y constancia. El reto fue asumido y he aquí los resultados, dedicamos esta tesis a nuestros padres, amigos y docentes quienes con su enseñanza, apoyo moral y palabras de aliento nos impulsaron a no desistir y a entregar lo mejor de nosotras.

¡Gracias!

TÍTULO

Propuesta para la implementación de una mejora de la comunicación en los estudiantes en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena por medio de una aplicación móvil.

1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías se han convertido en una herramienta relevante en la comunicación de la sociedad, ya que gracias a su inmediatez, eficiencia y rapidez en la transmisión del mensaje permiten mejorar la interacción entre las personas. Actualmente los gobiernos promueven a través de programas como las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) el acceso a contenido digital por medio de la Red de Internet, que busca extender a todos los municipios del país la cobertura y alcance de este medio.

En el caso de las organizaciones las nuevas tecnologías cumplen un papel fundamental, debido a que facilitan las comunicaciones internas y externas con sus usuarios; es por eso, que la Implementación de una *propuesta para la mejora de la comunicación con los estudiantes en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena por medio de una aplicación móvil* se hace necesaria, teniendo en cuenta que funcionaría como un mecanismo de comunicación y transmisión de información.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó como base científica teorías de autores como: McLuhan, Simmens y Yadra que definen el uso de la tecnología como herramienta fundamental en los procesos de comunicación de la sociedad; las cuales están en la capacidad de mejorar las falencias en cuanto a la transmisión de información tardía o distorsionada entre emisor y receptor, como es el caso de la relación programa-estudiante, la cual se pretende mejorar mediante la implementación de una aplicación móvil.

2. JUSTIFICACIÓN

Las organizaciones hoy en día utilizan las nuevas tecnologías para generar una comunicación eficiente y rápida con sus usuarios, según un estudio publicado por la firma consultora Burson-Marsteller “el 49% de las empresas latinoamericanas están utilizando al menos una de las plataformas digitales más populares: Twitter, Facebook, YouTube o blogs corporativos”; lo cual confirma que la inclusión de las nuevas tecnologías en las organizaciones se va posicionando como una estrategia de comunicación que no solo crea posicionamiento de la marca online, sino que también, permite crear un vínculo entre usuario-organización, a su vez, las instituciones educativas también han implementado las tecnologías como herramienta en sus procesos formativos, con el fin de mejorar la relación con los usuarios del servicio, en este caso los estudiantes.

A raíz de este hecho y de la inclusión de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de la sociedad, en el país se actualizó el Ministerio de las Comunicaciones, en el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con el fin de “incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios”, lo cual ha generado que diferentes universidades del país estén desarrollando estrategias en torno a las nuevas tecnologías, con el fin de lograr una mejor interacción y facilitar la comunicación con sus estudiantes.

Una de esas estrategias es el uso de plataformas tecnológicas como aplicaciones móviles que permiten el acceso de cada estudiante a su proceso académico de una manera más sencilla. En Colombia para el año 2012 contaba con 2.2 millones de usuarios que utilizaban internet desde su móvil; pero actualmente son 9 millones de

colombianos los que acceden a este servicio por su teléfono móvil”, “Hoyos(2014)” lo que confirma la utilización de esta herramienta.

Siguiendo con lo anterior, se puede hacer referencia a como el ámbito educativo utiliza este tipo de tecnologías; es así como la Universidad de la Sábana que cuenta con la aplicación móvil UniSabana, “que cuenta con actualizaciones de noticias y los eventos, se puede consultar el menú del día de las diferentes opciones de restaurantes, escuchar Unisabana radio, conocer información de asignaturas y estar atento a las alertas o emergencias que afecten a la comunidad fuera y dentro del campus”(google play store – Unisabana). Anexo 2

A esta iniciativa se suma la Universidad de Cartagena, que con la implementación de una aplicación móvil dirigida a la comunidad académica y administrativa, que contiene convocatorias, contrataciones, redes sociales y calendario de eventos, pero se hace necesario que esta incluya contenido e información dirigida especialmente a los estudiantes. Es por esto que se propone el diseño de una aplicación móvil exclusiva para los estudiantes del programa de Comunicación Social como herramienta capaz de aportar una mejora en la relación programa-estudiante.

Con esta propuesta los principales beneficiarios serán los estudiantes del programa de Comunicación Social, ya que con esta herramienta tecnológica podrán tener acceso fácil, rápido y eficiente a información de las clases, calificaciones, noticias, agenda de eventos, calendario académico y contactos, a la cual no tienen acceso desde la aplicación móvil actual, lo que genera una dicotomía entre lo que es la universidad y lo que debería ser según dos de los objetivos en la misión de la institución que son “ofrecer un adecuado servicio de información y documentación” y “propiciar el intercambio científico,

tecnológico y cultural, con el propósito de mantener una actualización permanente que garantice la adecuada orientación del desarrollo de la región Caribe y del país”.

El rango de edad que regirá este proyecto de investigación tendrá como base el contacto directo con el público objetivo que son estudiantes entre 16 y 24 años de edad, los cuales recibirán de manera positiva el diseño, teniendo en cuenta las estadísticas publicadas por el portal cincodías.com en el 2010, señala que la tecnología móvil ha mostrado un crecimiento tal que el número de usuarios de telefonía móvil en el mundo asciende a los cinco mil millones de usuarios, lo cual confirma que los estudiantes estarán familiarizados con el contenido de la aplicación porque están en permanente contacto con las transformaciones tecnológicas.

De acuerdo a lo planteado en este apartado de la investigación, este proyecto es novedoso porque aborda el tema por primera vez en donde se plantea la posibilidad de una aplicación móvil que permite que el Programa de Comunicación Social genere mayor competitividad, teniendo en cuenta tanto la Acreditación de Alta Calidad que fue otorgada a la Universidad de Cartagena (UdeC) en el año 2013, más el proceso de autoevaluación que se está llevando en el programa de Comunicación Social, lo que lo sitúa en la mira del mundo académico por la confiabilidad que genera y por ello es importante que esté familiarizado con las nuevas tecnologías.

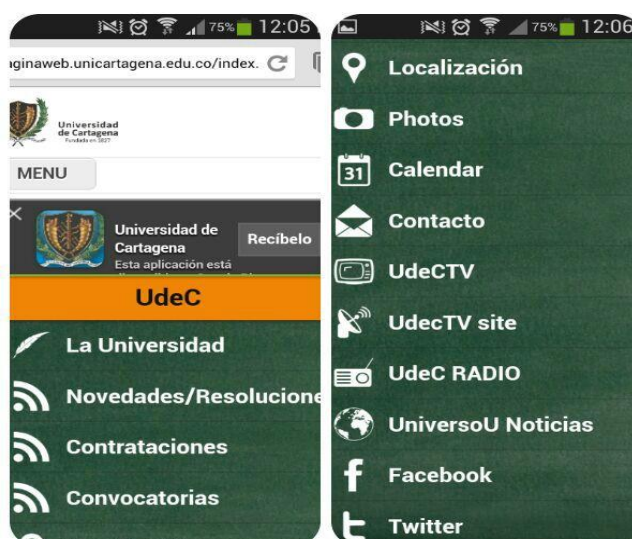
Este proyecto es un respaldo al crecimiento académico del programa de Comunicación Social, además de ser una evidencia del aporte que desde los estudiantes se busca generar para el fortalecimiento y posicionamiento del programa en la región y en el país.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 Descripción del Problema

La Universidad de Cartagena finalizando el primer periodo académico de 2014 lanzó oficialmente su aplicación móvil, esta cuenta con información general de la institución, como contrataciones, convocatorias administrativas o docentes y los enlaces a sus diferentes medios de comunicación UdeC Radio, UdeCTV, Universo U y redes sociales como Facebook y Twitter. Esta aplicación aunque si bien se encuentra accesible a quien quiera descargarla, no muestra información de clases, fechas de exámenes ni tampoco calificaciones; lo que lleva a pensar en la implementación de *una propuesta para la mejora de la comunicación con los estudiantes en el programa de comunicación social de la universidad de Cartagena por medio de una aplicación móvil.*

Figura 1: Aplicación Móvil Universidad de Cartagena



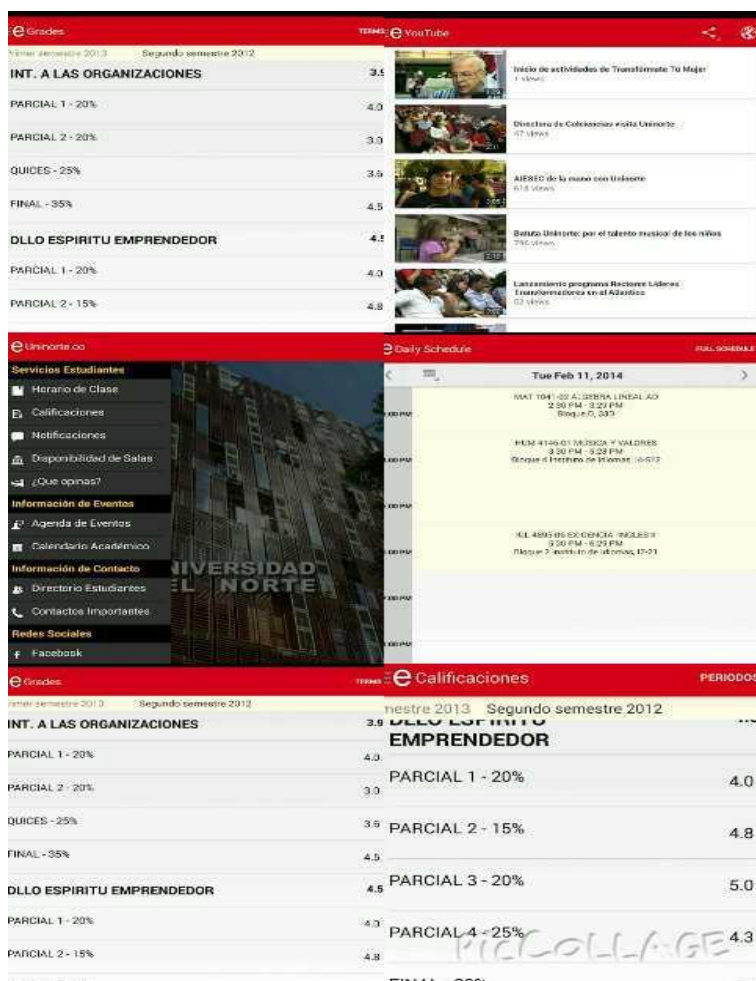
Fuente: Página Web de la Universidad de Cartagena www.unicartagena.edu.co

Con referencia a lo anterior, las aplicaciones móviles se ha convertido en una herramienta de comunicación actual que está presente en todos los espacios donde se busca lograr una comunicación directa o generar información con un grupo determinado; en este caso son los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena los que a diario requieren información pertinente de su carrera y proceso académico, es así como este proyecto de investigación toma como referencia a la Universidad de Cartagena y pone sobre la mesa la situación actual de la comunicación masiva, siendo los estudiantes usuarios del servicio, en este caso educativo y cómo se están viendo afectados debido a que no existe una comunicación eficaz desde el programa con ellos, que son los beneficiarios finales.

En atención a lo anterior es necesario tomar como soporte los casos de algunas universidades en el país como: La Universidad Central de Bogotá, Universidad EAFIT en Medellín, Universidad de la Sabana en Bogotá, Pontificie Bolivariana de Medellín y Bucaramanga, que han implementado aplicaciones móviles las cuales generan acceso a información académica o de cualquier otra índole como: actividades deportivas, proyectos de investigación y zonas de comidas.

En el caso de la aplicación móvil Uninorte, (Aplicación Móvil de la Universidad del Norte) de Barranquilla - Atlántico cuenta con un amplio contenido que les permite acceder a los estudiantes a información de su interés como: horarios de clases, notas en líneas, disponibilidad de salas, un chat, agenda de eventos, calendario académico, directorio de estudiantes y contactos importantes.

Figura 2: APP Móvil Universidad del Norte – Barranquilla – Atlántico



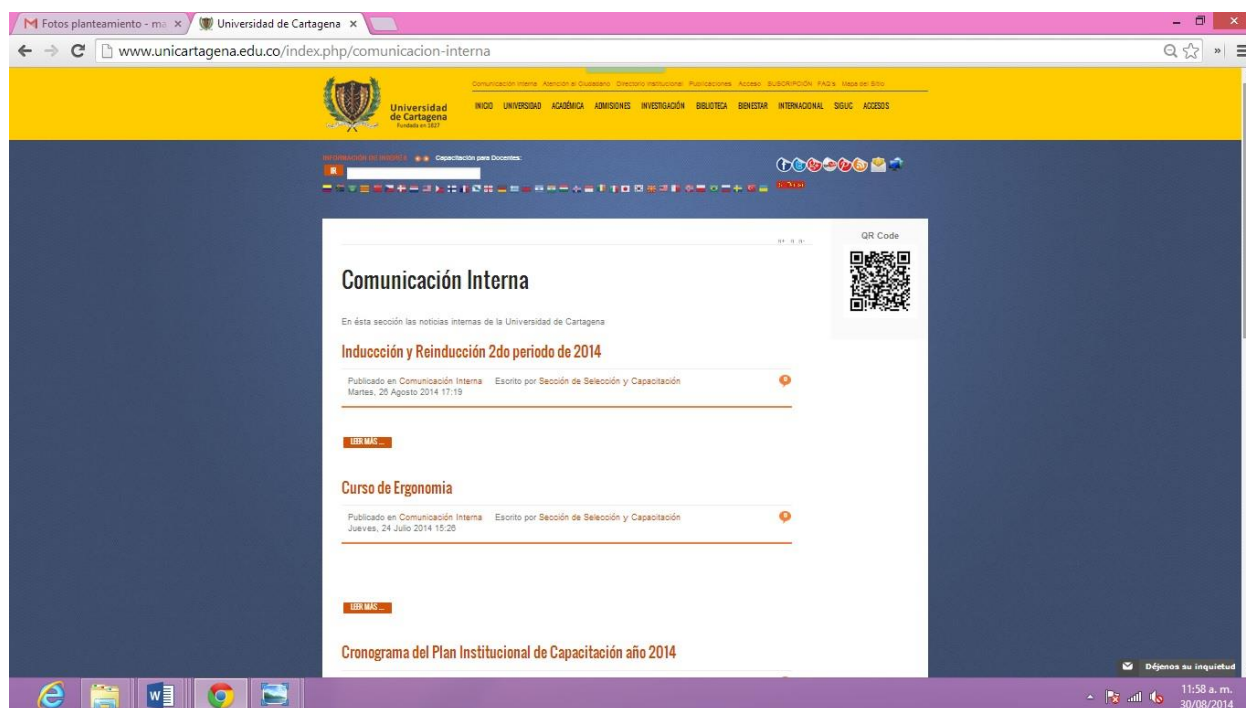
Fuente: Google Play Store – App Móvil Uni Norte

Estas aplicaciones móviles han sido implementadas en las instituciones universitarias en mención, con el fin de que la comunidad académica pueda acceder de forma rápida, fácil y dinámica a la información que se genere.

Siguiendo el anterior planteamiento con respecto a la nuevas tecnologías en la educación, en el caso puntual de la Universidad de Cartagena que aunque cuenta con su propia plataforma virtual, una página web e incluso una aplicación móvil, presenta una ambigüedad en la utilización de las herramientas para la comunicación interna y su

relación con los usuarios; puesto que no cuenta con un instrumento específico como la intranet¹, lo cual genera un uso diferente de la página web y del correo electrónico, al visibilizar al exterior los flujos internos de información institucional.

Figura 3: Página web Universidad de Cartagena – Opción: Comunicación Interna



Fuente: Página Web de la Universidad de Cartagena

Por su parte la aplicación móvil actual no cuenta con toda la información competente a los estudiantes donde sea posible acceder a información de las clases, calificaciones, noticias, agenda de eventos, calendario académico y contactos, como sí lo tienen otras universidades de la región como la Universidad del Norte, cuya aplicación móvil está diseñada para ayudar a estar en contacto a sus estudiantes con la universidad.

¹ Es una red informática que utiliza la tecnología del protocolo de internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación dentro de una organización.

Así pues, la creación de una aplicación móvil como propuesta para la mejora de la comunicación interna con los estudiantes en el Programa de Comunicación Social, puede ser una alternativa eficaz, actual y pertinente para lograr llegar a la población estudiantil de manera más organizada y la posibilidad de acceder constantemente a la información sin importar el espacio y el tiempo.

Hoy por hoy es necesario que la entrega de información sea inmediata, pues hay jóvenes y ciudadanos proactivos que buscan contenido de manera rápida y fácil desde sus dispositivos móviles como: teléfonos inteligentes, tabletas electrónicas o computadoras portátiles.

Es así como las nuevas tecnologías han llegado de manera sorprendente al campo educativo, la política de los gobiernos se ha visto en la obligación de cambiar para estar a la vanguardia, como por ejemplo la creación del ministerio de las TIC, ²con el fin de “incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios”(www.mintic.gov.co), también desde este Ministerio se lleva a cabo una estrategia denominada Vive Digital,³ enfocada a masificar el uso de las tecnologías y la internet para todos los ciudadanos, e

² Son tecnologías (televisión, computación, internet, etc.) que favorecen la comunicación y el intercambio de información en el mundo actual. La ventaja de utilizar las TICs como canales y espacios de participación, consiste en darle la oportunidad a los ciudadanos para expresar sus inquietudes, quejas o recomendaciones de forma rápida y fácil, sin barreras de tiempo ni de espacio.

³ En Colombia por ejemplo el índice de e-Participación ocupa el primer lugar entre 33 países de América latina y el Caribe y el puesto No. 26 en el mundo (en el 2003 el país ocupaba el puesto No. 12 en América Latina y el Caribe y el No. 56 en el mundo). Revista en Telecomunicaciones e Informática, Vol. 2, No. 3 p. 55 - 81
Medellín - Colombia. Enero - Junio de 2012,

implementado una política de Gobierno en Línea⁴, que busca que todas las entidades gubernamentales estén en la web a través de redes sociales, con el fin de mantener un contacto directo con los ciudadanos.

Al tomar como referencia lo que propone el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) con la iniciativa denominada Apps.co, con la cual se busca promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC, poniendo especial interés en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos y teniendo en cuenta lo que se está implementando por parte del Estado con su política de Vive Digital, al focalizar sus esfuerzos en: 1. Generar un marco normativo apropiado, en el que se considere al software como un bien y no un servicio, con la adecuada protección legal para la innovación y con leyes para proteger la información y la privacidad y 2. El desarrollar el recurso humano necesario, en conjunto con el Ministerio de Educación Nacional y el SENA.

Lo anterior lleva a pensar en la importancia que estas políticas de Gobierno sean apoyadas desde las universidades brindando a sus estudiantes la posibilidad de utilizar estas tecnologías, en este caso la propuesta de creación de *una aplicación móvil para el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena* iría en concordancia con estas políticas estatales, lo que ayudaría a que exista tanto una mejor

⁴ Por su parte, en el índice de e-Gobierno Colombia ocupa el primer lugar en América latina y el Caribe y el puesto No. 31 en el mundo (en el 2003 el país ocupaba el puesto No. 7 en América Latina y el Caribe y el No. 57 en el mundo. Revista en Telecomunicaciones e Informática, Vol. 2, No. 3 p. 55 - 81 Medellín - Colombia. Enero - Junio de 2012,

comunicación entre estudiantes y universidad como a que se vea reflejado en su proceso formativo.

Esta propuesta de implementar de una Aplicación móvil como nuevo medio de comunicación entre estudiantes y programa académico para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, aunque es un proyecto de investigación destinado a un grupo en específico, buscamos dejar como precedente y un nuevo método de comunicación en la institución que servirá como puente e información implementar en otros programas y facultades de toda la Universidad de Cartagena, puesto que lo que busca es facilitar

3.2 Pregunta Problema

¿La implementación de una aplicación móvil podría mejorar la comunicación con los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?

4. OBJETIVO

Objetivo General

Implementar una propuesta de mejora para la comunicación del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, con sus estudiantes a través de una aplicación móvil.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades de los estudiantes en cuanto al acceso a la información del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.
- Analizar la percepción de los estudiantes en relación a la propuesta de creación de una aplicación móvil del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena
- Diseñar una propuesta de aplicación móvil dirigida a los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, como posible mejora a los proceso de comunicación con los estudiantes.

5. ESTADO DE ARTE

Las organizaciones con el fin de estar a la altura de los cambios que trae consigo la globalización, están implementando estrategias que permitan hacer una mejoría a sus procesos comunicativos a través de las nuevas tecnologías. Tal es el caso de las instituciones educativas, las cuales se han propuesto como reto el uso de las herramientas tecnológicas, ya que estas mejoran la relación con sus usuarios internos y externos y generan mayor alcance y cobertura de la información.

Sin embargo, indagar en el campo de las nuevas tecnologías y de la relación con la población, no es tarea sencilla, debido a que por ser un área de estudio novedosa son escasos los autores que se atreven a hablar con propiedad y con teorías sobre el tema planteado. Pero si es notoria la proporción de innumerable material gris como foros, entrevistas, blogs personales y artículos que hacen referencia a este tema; es así como se reafirma la pertinencia de la presente investigación.

Las lecturas realizadas asociadas en base de datos, artículos, tesis, ponencias y revistas data de publicaciones del 2002 al 2014, es así como la estrategia que se utilizó para delimitar la información fue agruparla por sectores de igual eje temático mediante el uso de bases de datos compuestas principalmente por autor, fuente, resumen, observación y cita-página; lo que permitió sintetizar la información en conceptos claves y teorías elementales.

Los ejes de estudio del presente proyecto de investigación están agrupados en comunicación organizacional, nuevas tecnologías y aplicaciones móviles. A continuación se explica la relación de los ejes según los artículos y teorías analizadas.

5.1 Comunicación organizacional- Nuevas tecnologías

Al iniciar con la lectura de la tesis de investigación *Impacto de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional* de Yaskelly, Yedra publicada en la “Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento, Vol. 2, N 3, 2005 se reafirma la necesidad que tienen las universidades de implementar en su estrategia de comunicación organizacional las nuevas tecnologías como mecanismo eficaz, innovador y de desarrollo ya que “ofrecen una oportunidad extraordinaria para que las organizaciones puedan extender su información y servicios hasta los usuarios móviles y aumentar la productividad” así mismo, tener mayor cobertura y mayor alcance de la información de la empresa permite crear una relación directa y constante con el usuario.

En el artículo estudiado, Yedra hace referencia a (Standage, 1998) el cual dice que “cuando la variedad de medios prolifera, cada tecnología nueva surge con la promesa de avanzar en la productividad y la velocidad, eliminando los inconvenientes y las ineficiencias de sus antecesores” es así que cuando se evoluciona en la utilización de las nuevas tecnologías en el área organizacional se va creando una estrategia de innovación en la distribución de la información.

Pasar del uso frecuente de herramientas como páginas y plataformas web al uso de una aplicación móvil en el caso del presente proyecto de investigación, permite estar a la vanguardia no solo de la globalización, sino también, de los usuarios, quienes son consumidores de las tecnologías.

A su vez, el uso de aplicaciones móviles como herramientas de comunicación, permite a al estudiante tener mayor interactividad con la información proporcionada por el programa de Comunicación Social, debido a que la aplicación móvil la descargará en su smartpohone, y este es un aparato móvil que permite acceder a cualquier hora o momento a las actualizaciones y noticias que pueda generar el programa en esta aplicación, con esto se garantizará resultados positivos iniciando con la acogida de una aplicación móvil como mecanismo rápido y eficaz de la difusión de la información de interés en los estudiantes.

En el caso del artículo *El uso de la tecnología de la información, la comunicación y el diseño curricular* de Avalos y Gómez publicado en la “Revista Educación” Vol 32, 2008 se reafirma la pertinencia de implementar nuevas estrategias que permitan a los usuarios potenciar el uso de las nuevas tecnologías en las instituciones educativas con el fin de mejorar el proceso aprendizaje-enseñanza en los estudiantes, “se ha demostrado que la presencia de dos elementos que favorecen el aprendizaje: el nivel de receptividad y la motivación hacia el acto educativo es más eficaz cuando se utilizan herramientas de las nuevas tecnologías” (Fazeli, 2000) y esto es debido al público específico al que va dirigido la herramienta tecnológica, jóvenes que han nacido inmersos en la era de la tecnología e internet, a los cuales no solo se les facilita el uso de estas, sino también, les atrae la interacción y relación que se pueda generar con estas.

De este artículo también se toma como fundamental los beneficios que trae consigo el uso de las nuevas tecnologías dentro del aula de clase, ya que por ser de interés de los estudiantes, por ser dinámica e interactiva crea un camino “facilitador del proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula, ya que las lecciones se vuelven más activas e

innovadoras y mejoran la comunicación entre los alumnos, docentes de la institución, entre otros. La interacción y el dinamismo que proveen las nuevas tecnologías son características contundentes para confirmar la necesidad de la implementación de una aplicación móvil dirigida a los estudiantes del programa de Comunicación Social de Universidad de Cartagena como posible mejora a la comunicación entre programa-estudiantes.

5.2 Comunicación interna-Aplicaciones móviles

Luego de la revisión del artículo *Nuevas tecnologías en la comunicación interna en empresas de Valle de Aburrá* de Salazar, Vanegas y Arboleda publicado en la “Revista Lasallista de investigación” 2009 se constata la relevancia que cumple en la comunicación de una organización el uso de las nuevas tecnologías ya que estas facilitan la relación con el usuario lo que conduce a una fidelización inmediata de este a la empresa.

Salazar cita a (Carlos Fernández, 1991) el cual argumenta la importancia de efectuar el uso de herramientas tecnológicas ya que estas funcionan como la “creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” es necesario recalcar que las herramientas tecnológicas funcionaran como apoyo a los procesos de comunicación interna y más no como solución a los problemas de comunicación que se presenten dentro de la organización, debido a que “en la realidad como lo afirma el mismo McLuhan, los medios actuales por complejos y sofisticados que

parezcan, no son más que aparatos amplificadores de capacidades sensoriales, o sea, son como la extensión de los sentidos del hombre.

Son simples transportadores de mensajes positivos o negativos, alienantes o liberadores, informadores o disonantes” (López, 2005) Las herramientas tecnológicas masifican la difusión de los mensajes distribuyendo la información de manera uniforme no solo al público objetivo, sino también, brindar la posibilidad de abarcar al público que lo rodea, es esta otra de las razones fundamentales para proponer la implementación de una aplicación móvil para mejorar la comunicación en el programa de Comunicación Social de la UdeC ya que “la incorporación de avanzadas tecnologías de información, en todo tipo de instituciones, representa el mejor argumento para afirmar la pertinencia de considerar a las comunicaciones digitales como una de las formas fundamentales de comunicación para las instituciones contemporáneas” (Salazar,2009).

5.3 Aplicaciones móviles:

Con el estudio del artículo *Los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles* de Francisco Ruiz y Ana María Belmonte publicado en la “Revista Científica de Educomunicación” 2014 el cual mediante un estudio del comportamiento de los jóvenes frente a la utilización de dispositivos móviles en sus actividades diarias, obtienen como conclusión que la población joven por nacer y crecer durante la globalización se han convertido en consumidor potencial de las nuevas tecnologías y por ende “los usuarios jóvenes son especialmente propicios al uso de las tecnologías emergentes, junto con la fascinación de la marca como identificador de una integración social y grupal” (Castells, 2006) Teniendo en cuenta que el presente proyecto de

investigación toma como público objetivo a los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena para la propuesta de la implementación de una aplicación móvil como mejora a la comunicación entre programa-estudiantes, se toma como factible y con probabilidades de éxito, el uso de las nuevas tecnologías como mecanismo mediador y masificador de la información competente a los estudiantes.

De igual forma, la influencia de las nuevas tecnologías en la sociedad ha sido de grandes proporciones que no solo los jóvenes se encuentran familiarizados con el uso de estas, sino también “los nuevos usuarios, especialmente los adultos jóvenes, empiezan a cambiar la percepción tradicional del teléfono móvil (comunicación inalámbrica mediante voz) para considerarlo un dispositivo personal, puerta de entrada a servicios comunicativos amplios, varios, ricos y en red” (Castells, 2006) esto constata que el uso de aplicativos móviles no solo va dirigido a un reducido grupo social, ya que también puede ser empleado por nuevos usuarios debido a que las condiciones del contexto actual los ha inducido a incursionar poco a poco en el uso de las nuevas tecnologías como herramientas facilitadoras de la comunicación e interacción con la sociedad que los envuelve. Se concluye que “cada nueva tecnología necesita ser percibida como útil para que sea aceptada y asimilada dentro de las rutinas diarias de las personas” (Shing, Jung, Chang, 2012) que no basta con creer sino que se debe aplicar el uso de una herramienta tecnológica como posible solución y mejora a la comunicación en una organización, y por los vínculos entre nuevas tecnologías con la sociedad se cree pertinente la implementación de una aplicación móvil en el caso del proyecto de investigación en estudio.

6. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

Para una mejor comprensión del presente proyecto de investigación, a través del análisis del material investigado se han elegido tres conceptos y tres teorías como soportes principales para la sustentación del tema a tratar, por ende, se ahondará en el concepto de comunicación organizacional, nuevas tecnologías y aplicaciones móviles que van relacionados con los objetivos de este proyecto. De esta manera este análisis se complementa con la teoría de Redes, la teoría del Determinismo tecnológico y de Conectivismo, en donde se desarrollan conceptos y teorías como elementos fundamentales para la sustentación del proyecto en mención.

CUADRO DE CONCEPTOS		
TEÓRICO	POSTULADO	AÑO
Salazar, Vanegas y Arboleda	<p>Comunicación organizacional:</p> <p>“Creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.”</p>	2009
Yaskelly Yedra	<p>Nuevas Tecnologías:</p> <p>“Cuando la variedad de medios prolifera, cada tecnología nueva surge con la promesa de avanzar en la productividad y la velocidad, eliminando los inconvenientes y las ineficiencias de sus antecesores.”</p>	2005
Castells	<p>Aplicaciones Móviles:</p> <p>“La incorporación de avanzadas tecnologías de información, en todo tipo de instituciones, representa el mejor argumento para afirmar la pertinencia de considerar a las comunicaciones digitales como una de las formas fundamentales de comunicación para las instituciones contemporáneas</p>	2006

Figura 4: Cuadro conceptual - Guía para marco teórico-conceptual

CUADRO DE TEÓRICOS		
TEÓRICO	POSTULADO	AÑO
Suárez	<p>Redes:</p> <p>Desde una perspectiva más comunicativa, podemos decir que existe una red cuando se encuentran involucrados un componente humano que comunica, un componente tecnológico (ordenadores, televisión, telecomunicaciones) y un componente administrativo (institución o instituciones que mantienen los servicios). En fin, una red, más que varios ordenadores conectados, la constituyen varias personas que solicitan, proporcionan e intercambian experiencias e informaciones a través de sistemas de comunicación.</p>	2008
McLuhan	<p>Determinismo Tecnológico:</p> <p>“Esta teoría sostiene que las tecnologías, específicamente los medios, forman el pensamiento de los individuos, cómo sienten, actúan y cómo las sociedades se organizan y operan”.</p>	1992
Siemens	<p>Conectivismo:</p> <p>"El punto de inicio del Conectivismo es el individuo, el conocimiento personal se hace de una red, que alimenta de información a organizaciones e instituciones, que a su vez retroalimentan información en la misma red, que finalmente termina proveyendo nuevo aprendizaje al individuo."</p>	2004

Figura 4: Cuadro teórico - Guía para marco teórico-conceptual

La globalización es un proceso que se ha venido gestando en el mundo y que ha traído transformaciones en todos los campos de la sociedad, de la cual el ámbito organizacional no ha sido ajeno debido a que las empresas han visto la necesidad de implementar cambios a través de estrategias de comunicación para responder a las necesidades de la sociedad, “se ha demostrado el papel tan importante que tiene la comunicación cuando

se están realizando cambios, por lo que se considera ha de ser parte integral de las estrategias que se utilizan para dar a conocer al personal los problemas y retos que la organización enfrenta” (Elving, 2005).

6.1 LA RELEVANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

La comunicación es utilizada como una estrategia, de esto puede dar cuenta Yaskelly Kedra en su concepto acerca de comunicación organizacional, se puede establecer un diagnóstico inicial a través del cual se crearán acciones de mejora para la relación tanto interna como externa con los usuarios, “desde esta perspectiva la comunicación se constituye en esencia como una herramienta estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere” (Valle, 2003). Sin embargo, el éxito del proceso de la comunicación en una organización solo se notará en la medida que las propuestas definidas estén familiarizadas con el público receptor debido a que se facilitará la aceptación; teniendo en cuenta que “las investigaciones empíricas señalan constantemente que el cambio organizacional puede tener éxito en la medida en que el discurso oficial esté vinculado con aspectos que la comunidad valora” (Meek y Newell, 2005), lo anterior es una referencia para este proyecto. La globalización ha traído consigo también la incursión de las nuevas tecnologías, actualmente se está en la era de las redes inalámbricas y móviles, donde la información está al instante en cualquier lugar y tiempo. Según la firma consultora Burson Marsteller “el 49% de las empresas latinoamericanas están utilizando al menos una de las plataformas digitales más populares: *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* o blogs corporativos” por lo cual es relevante el

caso de la apropiación del uso de las nuevas tecnologías a la hora de mejorar los procesos de comunicación con los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

6.2 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO APOYO DE LA COMUNICACIÓN

Partiendo de la idea de la educación como una organización y trayendo a colación la teoría de redes de Suarez y su relación con el ámbito de la comunicación, es clave mencionar que al hacer parte de un contexto organizacional y al verse influenciada por las transformaciones que genera el ámbito tecnológico y cómo estos cambios influyen de forma determinante en la educación; es importante reafirmar que a partir de lo anterior se genera un flujo constante en la aparición de herramientas tecnológicas- educativas para el mundo académico, un ejemplo de esto son las redes sociales, que se han convertido en un fenómeno y en una gran herramienta de comunicación tanto para las personas como para empresas y organizaciones; “*Facebook* y *Twitter* son las redes sociales con mayor popularidad en Colombia, el país ocupa según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, “el puesto número catorce a nivel mundial, con más de quince millones de usuarios; en el caso de *Twitter*, la industria estima que cerca de seis millones de colombianos usan el servicio, el cual se ha convertido en un canal predilecto para informar en tiempo real”.

De acuerdo a lo anterior es importante reafirmar la relevancia de las nuevas tecnologías y como esta innovación constante e inmediata, se ha expandido hasta las telefonías móviles, entre las que se incluyen las aplicaciones móviles las cuales han tomado mucho auge; teniendo en cuenta la interacción y retroalimentación que se genera a

través de estas plataformas virtuales, refleja como el desarrollo de estas herramientas va aumentando cada vez más, logrando que las organizaciones sin importar su índole las utilicen con el fin de facilitar la comunicación y acceso a la información. Las aplicaciones móviles han traído consigo características como portabilidad, movilidad e inmediatez, además el fácil acceso a internet crea en los jóvenes consumidores nativos de las herramientas tecnológicas, la curiosidad de explorar e indagar en información novedosa, por ende se ha visto la necesidad de implementar aplicaciones móviles como plataformas que no solo se adecuen fácilmente a las características de la telefonía móvil, sino que también, mejoren la relación de los usuarios con la organización generando una comunicación constante e interactiva.

6.3 CONECTIVISMO Y SU RELACIÓN CON EL INDIVIDUO

Siguiendo con lo dicho anteriormente en cuanto a nuevas tecnologías, es importante traer como referencia la teoría del Conectivismo de Siemens, este afirma que “el punto de inicio del Conectivismo es el individuo, el conocimiento personal se hace de una red, que alimenta de información a organizaciones e instituciones, que a su vez retroalimentan información en la misma red,” (Siemens, 2004). Es así como la información se convierte en la base fundamental para que el proceso de comunicación se lleve a cabo de manera correcta entre el emisor y receptor porque como afirma Siemens “el flujo de información dentro de una organización es un elemento importante de la efectividad organizacional” permitiendo que haya una continua interacción a través de la plataforma tecnológica que vaya a ser usada como vehículo e interconector entre las partes”.

En el caso de una aplicación móvil como posible mejora al proceso de comunicación, en este caso el de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

6.4 EL MENSAJE DIGITAL

Teniendo en cuenta el postulado de (McLuhan, 1992) y su teoría de redes, se puede relacionar con el proceso de evolución al que está sometido la sociedad, el cual plantea nuevas formas de comunicación en donde los medios impresos y escritos pasan a segundo plano para darle prioridad a los medios digitales, los cuales según el mismo autor, están constituidos en una unión de fotos, sonidos y tecnologías, creando un mensaje con el fin de dar información, educar, dar ideas, influenciar, entretener y vender productor; convirtiéndose así en estrategias visuales.

Sin embargo lo relevante no se atañe a la creación del mensaje, sino al medio utilizado para la difusión y masificación de este, en el caso del presente proyecto de investigación, las herramientas tecnológicas toman relevancia y se convierten en el medio por excelencia y eficiencia utilizado para dar a conocer el mensaje en una comunidad directamente ligada con su uso.

En palabras de McLuhan la verdadera importancia de los efectos de los medios en la sociedad humana se encuentra en el medio en sí mismo y el ambiente cultural en el que el medio funciona.

6.5 LOS MEDIOS DIGITALES COMO FACILITADORES EN LA COMUNICACIÓN

Los medios digitales se han convertido en una extensión de los sentidos del ser humano, lo cual funciona como facilitador en los procesos de comunicación en la sociedad. El pensamiento de McLuhan sobre los medios comienza con dos premisas: "...somos lo que vemos" "...formamos nuestras herramientas y luego son estas las que nos forman".

McLuhan explica como el proceso de comunicación puede ser evidentemente beneficiado si se hace uso de elementos tecnológicos como intermediarios, que a través de la eficiencia, rapidez y poder de difusión masiva funcionarán como un aliado estratégico entre emisor y receptor, creando así una comunicación recíproca y no lineal.

Sin embargo, no deja de lado la necesidad que requiere el estudio y conocimiento del funcionamiento de los medios digitales, para evitar ser "ahogados" por las funcionalidades novedosas que traen consigo y que son capaces de modificar un contexto social.

Teniendo en cuenta lo propuesto por este autor, la implementación de una aplicación móvil dirigida a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena como posible mejora a la comunicación entre programa-estudiantes podría presentar resultados favorables teniendo en cuenta a la inserción de nuevas características como inmediatez, rapidez y dinamismo en la difusión del mensaje.

De esta manera y como afirma el teórico con su postulado, se definen las capacidades de establecer distinciones entre la información importante y la que no es vital, por lo tanto

da una luz en cuanto a lo que se puede hacer para mejorar el entorno, en el caso de esta investigación, el acceso a la información de los estudiantes es limitado.

6.6 APLICACIONES MÓVILES COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Una aplicación móvil es una plataforma informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles.⁵ Por lo cual al mejorar la relación entre el Programa de Comunicación Social y sus estudiantes se facilitarán los procesos a que a diario llevan a cabo los estudiantes.

(Klopfer, Squire y Jenkins, 2002), mencionan la importancia y beneficios que traen consigo los dispositivos móviles, los cuales superan la barrera tiempo y espacio convirtiéndose en una opción facilitadora de información en el día a día de los usuarios “los tipo PDA,(personal digital assistant – Asistente personal digital) ⁶ presentan cinco propiedades; portabilidad, posibilidad de interacción social, sensibilidad al contexto, conectividad múltiple y posibilidad de individualizar”; teniendo en cuenta los requerimientos de este siglo “y como ya no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración que ha marcado el accionar de la empresa desde el siglo XIX” (Costa, 1999), la inclusión de las nuevas tecnologías es clave a la hora de generar relaciones entre usuarios y como entonces es posible implementar la propuesta de una aplicación móvil en pro de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

⁵ Definición Aplicación Móvil, diccionario Rae, Real Academia Española

⁶ PDA: asistente personal digital: como lo son computadores portatiles

Las nuevas tecnologías son un tema novedoso en la era digital, que día a día innovan con herramientas que generan en sí mismas como es el caso de las aplicaciones móviles que actualmente son utilizadas por un gran porcentaje de la población al ser la base principal para el uso de teléfonos inteligentes, lo cual se confirma por la utilización de estas en el entorno cotidiano, la consultora internacional Flurry Mobile en un estudio realizado en 2013 ubica a Colombia como el primer país en el mundo que más rápido se adopta en el uso de móviles basados en los sistemas iOS y Android. En este proyecto se estudia la búsqueda de información y contenido a profundidad que explique con mayor exactitud las influencias de estas plataformas tecnológicas en el comportamiento humano y en la mejora de los procesos de comunicación en todos los ámbitos de la sociedad, siendo así los resultados del proceso de investigación el referente para confirmar si el constructo que se plantea en el estudio es acertado o no.

7.1. Método de investigación

Teniendo claridad en que se busca generar un mecanismo novedoso de comunicación entre programa- estudiante por medio de una aplicación móvil, pero donde el grupo al que va destinado participe en la construcción del mismo, el modelo determinado en esta investigación es cualitativa porque permite realizar un estudio detallado, descriptivo y analítico de un grupo específico, la investigación cualitativa según (Sandín Esteban, 2003) “es una actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos”.

7.2. Tipo de investigación

Para el cumplimiento de los objetivos de la investigación este proyecto se clasifica como de tipo no experimental puesto que “las investigaciones no experimentales son aquellas en las cuales el investigador no tiene el control sobre la variable independiente, en estas investigaciones la variable independiente ya ha ocurrido cuando el investigador hace el estudio.” (Briones Ed. Trigésimo noveno, 2002). Tal es el caso, de una aplicación móvil la cual funciona como variable independiente del presente proyecto que influirá de manera directa en la relación de los estudiantes con el programa que son la variable dependiente los cuales son susceptibles de cambios.

7.3 Constructo

La implementación de una aplicación móvil para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, puede mejorar la comunicación con los estudiantes.

Las técnicas que ayudarán a evidenciar la respuesta afirmativa o negativamente son las siguientes.

7.4. Técnicas, Estrategias e Instrumentos

7.4.1. Técnica:

- **Estudio de caso**

El *estudio de caso* es una técnica que “se centra en una situación suceso, programa o fenómeno concreto. Esta especificidad le hace ser un método muy útil para el análisis de problemas prácticos, situaciones o acontecimientos que surgen en la cotidianidad. Como producto final de un estudio de caso aparece con una rica descripción del objeto de estudio, en la que se utilizan las técnicas narrativas y literarias para describir, producir imágenes y analizar las situaciones: el registro de caso (Stenhouse, 1990)”.

Como es de vital importancia para el desarrollo de la investigación e identificando la técnica establecida anteriormente la estrategia a utilizar es la del *grupo focal*, Esta se centra en la interacción dentro del grupo, la cual gira alrededor del tema propuesto por el investigador; además, los datos que se producen se basan en la interacción (Powell et al., 1996 citado por Gibb, 1997).

Y teniendo en cuenta el tercer objetivo donde se propone crear una propuesta para el diseño y contenido de esta herramienta de nuevas tecnologías que busca mejorar la comunicación en el programa de Comunicación Social y sus usuarios externos los estudiantes, se hace efectiva la utilización de esta estrategia metodológica.

7.4.2. Instrumentos de recolección de información

Los instrumentos de recolección en el presente proyecto de investigación se dividieron en dos categorías teniendo en cuenta las técnicas a desarrollar el proyecto:

7.4.2.1 Instrumentos:

- **Observación participativa**

Objetivo al que apunta: Identificar las necesidades de los estudiantes en cuanto al acceso a la información del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Descripción: Técnica de recogida de información que consiste en observar a la vez que participamos en las actividades del grupo que se está investigando. (Malinowski, 1992) es el primer autor que estructura la observación participante afirmando que para conocer bien a una cultura es necesario introducirse en ella y recoger datos sobre su vida cotidiana. De esta manera, la observación participativa contribuirá al análisis detallado de los procesos de comunicación que se están llevando a cabo en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, los cuales permitirán crear estrategias para responder audazmente y eficientemente a las necesidades de los estudiantes, y siendo el grupo de investigación estudiantes de la Universidad de Cartagena, se puede identificar falencias y necesidades que con la implementación de la propuesta de investigación se buscará dar solución.

Sujeto y muestra: Se tomará como muestra los mecanismos de comunicación designados desde el programa para enviar información a los estudiantes, durante el mes de octubre de 2014 con el fin de supervisar los canales de información y el contenido que se da a conocer para los usuarios.

- **Revisión documental**

Objetivo al que apunta: Diseñar una propuesta de aplicación móvil dirigida a los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, como posible mejora a los proceso de comunicación en relación con sus usuarios.

Descripción: La revisión documental para (Arias, 1999) es una herramienta que permite explorar documentos y archivos previamente elaborados con el fin de obtener información sobre un hecho específico. Ya está siendo implementada en el proyecto, por la documentación consultada en textos de diversos tipos que clasificamos en fuentes primarias como: bases de datos, archivos web, portales web, revistas digitales, libros, artículos, tesis, teorías. Y fuentes secundarias como: material virtual, noticias de medios de comunicación.

- **Entrevista Semi-estructurada**

Descripción: Según Pardinás la entrevista es una conversación generalmente oral entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y otro el entrevistado. Todas las entrevistas tienen como finalidad obtener alguna información.

Por ende es relevante incluir las entrevistas como método prioritario para la obtención de información que inducirá a la búsqueda de resultados certeros con respecto al presente proyecto de investigación, el instrumento para realizar la entrevista es un guion semi-estructurado con la posibilidad de agregar en el transcurso de la entrevista alguna pregunta si es necesario. Anexo 3

Sujeto y muestra: La entrevista será dirigida a cuatro (4) personas, dos personas en relación al tema de Aplicaciones Móviles, Francisco Rojas, creador de la aplicación de la Universidad de Cartagena y El director del programa de Apps.co en Cartagena. De igual forma se realizarán dos (2) entrevista a personas involucradas en los procesos de comunicación interna del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

- **Cuestionario Semi-estructurado**

Objetivo al que apunta: Analizar la percepción de los estudiantes en relación a la propuesta de creación de una aplicación móvil del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Descripción: Según Pardinás el cuestionario es un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos para una investigación. Es así que mediante la realización de preguntas cerradas y abiertas en el cuestionario aplicado a los estudiantes elegidos como eje de estudio del presente proyecto de investigación, se llegará a la obtención de resultados veraces y específicos que permitirán reafirmar la idea central del proyecto en desarrollo.

Sujeto y muestra: Será un cuestionario semi-estructurado aplicado a veinte (20) estudiantes teniendo en cuenta los criterios de selección, pertenecer a la Universidad de Cartagena, ser estudiante del programa de comunicación social, tener entre 16 a 24 años, definiendo así el grupo focal del presente proyecto de investigación. Este tendrá alrededor de cinco preguntas cerradas y abiertas con el fin de obtener resultados específicos, pero al ser semi-cuestionario abre la posibilidad que en el transcurso del guion se agregue una pregunta por persona. La actividad tendrá lugar en un salón de la universidad, completamente aislado de entornos que no se pueda alterar las respuestas del cuestionario y tendrá una duración de 45 minutos.

Antes de realizar el cuestionario grupal, se realizará una prueba piloto con 4 personas con los mismos criterios de selección, para saber si la técnica de investigación de grupo focal es el mejor método en este tipo de investigación.

8. OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS

Objetivo General: Implementar una propuesta de mejora para la comunicación interna del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, en relación con sus usuarios a través de una aplicación móvil dirigida a los estudiantes.				
Objetivo Especificos	Categorías	Atributos	Instrumentos	Pregunta a resolver
Identificar las necesidades de los estudiantes en cuanto al acceso a la información del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.	•Comunicación Organización	•Información •Accesibilidad	• Observación • Cuestionario • Entrevista Semi-estructurada	•¿Cuáles son los requerimientos de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena a la hora de solicitar información académica, financiera u otra índole?
Analizar la percepción de los estudiantes en relación a la propuesta de creación de una aplicación móvil del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena	•Comunicación y Nuevas Tecnologías	•Funcionalidad	•Cuestionario •Grupo Focal	•¿Cómo se puede valorar la implementación de una APP móvil con una muestra de estudiantes del Programa de Comunicación de la Universidad de Cartagena?
Diseñar una propuesta de aplicación móvil dirigida a los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, como posible mejora a los proceso de comunicación interna en relación con sus usuarios.	•Aplicación Móvil	•Relevancia •Factibilidad	•Grupo Focal •Revisión Documental	• ¿Cómo se puede implementar una APP móvil para apoyar al programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena en el acceso a la información requeridos por los estudiantes?

Fuente: Guía de categorías de propuesta para la mejora de la comunicación en relación con los usuarios en el programa de comunicación social de la Universidad de Cartagena por medio de una aplicación móvil.

9. PRESENTACIÓN ANÁLISIS DE RESULTADOS

9.1 Fases resultados grupo focal

Para la presentación de resultados del grupo focal tratado por el grupo de investigación del proyecto, se realizó un análisis siguiendo tres fases que permitieron de una forma concisa y clara arrojar resultados cualitativos y cuantitativos.

- Primera fase: Tabulación de cada una de las once encuestas realizadas a los estudiantes de primero a octavo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. La tabulación se realizó a través de gráficas que arrojaron porcentajes según las respuestas de los estudiantes.
- Segunda fase: Presentación de una gráfica por pregunta con su respectivo análisis cualitativo, y también, con los resultados concluidos de la observación durante el grupo focal.
- Tercera fase: Análisis de los instrumentos empleados en el grupo focal con base en los resultados arrojados por este, teniendo en cuenta, las categorías con sus respectivos atributos del presente trabajo de investigación.
- Cuarta fase: Presentación de una propuesta para la mejora de la comunicación entre Programa-estudiantes a través de una aplicación móvil por cumplir con las características de inmediatez y eficiencia en la transmisión de la información, eje esencial del presente proyecto de investigación.

Las fases fueron esenciales para llevar a cabo el análisis entre las herramientas utilizadas por el grupo de investigación en relación con los atributos identificados en el presente proyecto de investigación.

Atributos	Herramientas		
	Observación	Revisión documental	Grupo focal
Información	Los 11 estudiantes analizados en el grupo focal mostraron una actitud reacia al preguntarles sobre los procesos de comunicación llevados actualmente en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, debido a que consideran que hay una transmisión de información tardía y en muchos casos hay distorsión en el envío del mensaje.	El 90% de los artículos científicos, periodísticos y tesis consultadas, concluyeron que es necesario utilizar herramientas tecnológicas dentro de la organización para mejorar los procesos de comunicación con los usuarios internos y externos, debido a que estos generan un flujo de información constante, inmediata y directa.	Los 11 estudiantes entrevistados concluyeron que su relación con el programa presenta varias falencias como: la transmisión de información tardía, el deterioro en la transmisión del mensaje, la búsqueda ineficiente de información competente a su proceso de formación en la Universidad de Cartagena. Ineficiencia en la accesibilidad y funcionalidad de la página web, desconocimiento de una app móvil de la UdeC.
Accesibilidad	El 90% de los estudiantes analizados mostró total desconocimiento cuando se les pidió su opinión sobre la aplicación móvil de la Universidad de Cartagena. Solo el 10% mostró conocimiento sobre la app móvil por ser cercano al creador del software de esta. De igual forma el 40% mostró asombro al enterarse sobre la existencia del perfil del programa de Comunicación Social de	Con base en la revisión documental estudiada se concluye que no solo es necesario la implementación de herramientas tecnológicas para el mejoramiento de los procesos comunicativos en una organización, si no también, se hace necesario crear medios que permitan acceder de una manera fácil, sencilla y eficaz a la información y que brinden mayor cobertura y alcance de esta a sus los usuarios	El 88% de los estudiantes consultados en el grupo focal desconocen la aplicación móvil del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena debido a que el acceso a esta no se visualiza ante los estudiantes.

	la Universidad de Cartagena en Facebook.	internos y externos de la organización.	
Funcionalidad	El 91 % de los estudiantes observados se mostraron inconformes con respecto al funcionamiento de los medios de comunicación que utiliza el programa; dejando claro que se enteran de los eventos por medio de los compañeras de clase.	Dentro de los textos que apoyan esta investigación y las bases de datos consultadas se determinó que además del contenido e información es importante identificar la manera en la que los estudiantes tienen acceso a dicha información, además saber identificar los canales de transmisión del mensaje para que tengan mayor acceso.	La percepción de los estudiantes con respecto a la funcionalidad de los medios de comunicación utilizados por el programa de Comunicación Social, es regular debido a que presenta información limitada y poca información relacionada con la carrera.
Relevancia	Luego de la observar las falencias de comunicación entre el Programa y los estudiantes, se propone la implementación de una aplicación móvil como mejora a las debilidades encontradas, para lo cual el 100% de los miembros del grupo focal manifestaron estar de acuerdo con su utilización, debido a la rapidez, inmediatez y eficiencia con la que puede emitir los mensajes.	Entre las teorías consultadas, el grupo de investigación se apoyó en el <i>Determinismo tecnológico</i> de McLuhan, el cual afirma la necesidad de apoyar los procesos comunicativos en herramientas tecnológicas, debido a que por hacer parte de la era digital se acomodan con mayor facilidad a las preferencias del usuario moderno, permitiendo transmitir rápidamente el mensaje a este.	Los estudiantes consultados en el grupo focal concordaron en que una aplicación móvil es necesaria para la mejora de la comunicación entre , Programa-estudiante, debido a la inmediatez, rapidez y eficiencia con la que transmite el mensaje, generando una comunicación horizontal entre emisor y receptor, lo que permite crear vínculos interactivos de comunicación.
Factibilidad	La población consultada maneja una relación directa y constante con las herramientas tecnológicas por nacer en la era digital, por lo cual la factibilidad de una aplicación móvil aumenta al ser el público objetivo conector de estas herramientas y la utilidad que se le puede dar como medio de información.	Con los artículos y tesis consultados se concluyó que es pertinente la utilización de herramientas tecnológicas en las organizaciones para mejorar su comunicación con sus usuarios internos y externos y mantener su presencia constante entre su público objetivo.	Los 11 estudiantes entrevistados en el grupo focal afirmaron que es necesario implementar nuevas propuestas que permitan mejorar la comunicación entre estudiante-programa, debido a que de una buena comunicación interna se juzgará el funcionamiento de los procesos llevados dentro de la institución.

Cuadro 2: Análisis atributos en relación a los instrumentos en el grupo focal.

9.2 ANALISIS DE RESULTADOS

Los procesos de comunicación implican que la información que se genere sea inmediata, eficaz y sobretodo completa. En una organización es clave que exista una buena comunicación entre sus miembros y con su público objetivo; sin embargo no basta con solo con producir información si no se tiene un canal idóneo para que esta llegue adecuadamente a sus receptores, y que de igual modo se pueda crear una relación interactiva entre emisor y receptor.

Teniendo en cuenta lo anterior y al relacionarlo con los resultados arrojados por el grupo focal de este proyecto de investigación, que se basa en una propuesta para la mejora de la comunicación con los estudiantes en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena por medio de una aplicación móvil, se puede confirmar la relevancia de un buen proceso de comunicación dentro de una organización de cualquier índole, este es el caso de los estudiantes de comunicación quienes expresaron por medio de un dialogo generado a partir de un cuestionario de diez preguntas, su opinión acerca del avance de los procesos de comunicación interna en el Programa.

Se pudo observar que al ser cuestionados acerca del calendario académico y agenda cultural solo el 36% de los estudiantes se entera con anterioridad de las actividades que se realizan en el programa; lo cual confirma que este no está transmitiendo el mensaje por el canal adecuado y no se tiene en cuenta los tiempos de los eventos.

¿Se entera de información?

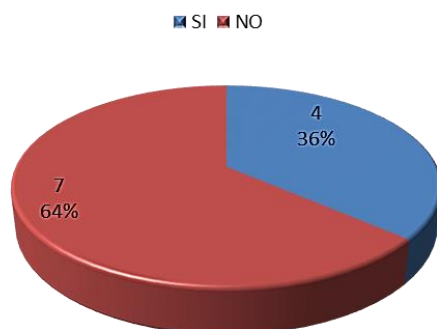


Gráfico 1

9.3 LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

La importancia de encontrar los medios adecuados a la hora de transmitir un mensaje dentro de una organización cada día va adquiriendo mayor relevancia, por lo cual se hace necesario realizar un estudio acerca de las preferencias del público objetivo, para saber con mayor exactitud cuál es el medio más eficiente a la hora de comunicar una información. Según la opinión de los estudiantes el Programa no está siendo eficaz a la hora de transmitir información con los medios que tiene, lo cual fue evidente al preguntarles sobre la manera en que se enteran de la información, su respuesta fue contundente y está expresada en el siguiente gráfico:

Medio dónde se entera de información

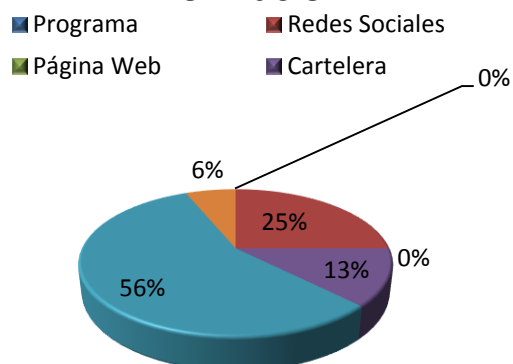


Gráfico 2

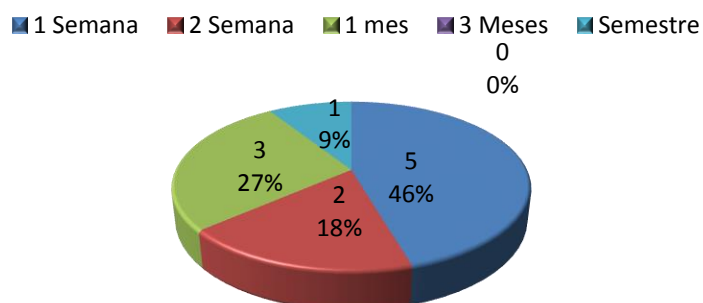
Tomando como referencia los postulados de McLuhan, en el que explica como “el proceso de comunicación puede ser evidentemente beneficiado si se hace uso de elementos tecnológicos como intermediarios, que a través de la eficiencia, rapidez y poder de difusión masiva funcionarán como un aliado estratégico entre emisor y receptor, creando así una comunicación recíproca y no lineal”; se ratifica nuevamente que las herramientas que utiliza el Programa son insuficientes a la hora de abarcar toda la población a la que se dirige; si bien es cierto que este posee medios tales como Página web, una Plataforma virtual, un correo institucional y un perfil de *Facebook*, en donde se publica información, en la mayoría de las ocasiones los estudiantes de todos los semestres no siguen el perfil de esta red social o se terminan enterando de los eventos por fuentes diferentes a las oficiales, lo que genera una total desinformación. Esto se demuestra cuando afirman que el funcionamiento de la página web es bastante regular y su ingreso se limita a tan solo 5 veces por mes. ver Gráfico 3 y Gráfico 4

Funcionamiento de Página Web



Gráfico 3

Ingreso a Página Web



Grafica 4

Con el fin de reafirmar lo mencionado en este análisis de resultado la secretaria académica del Programa Yina Hernández, respondió unas preguntas acerca del proceso de comunicación que existe desde el programa con los estudiantes:

“El programa de Comunicación Social no ve como una comunicación oficial el perfil de *Facebook*, prefiere utilizar las instalaciones físicas del programa cuando son temas muy puntuales”

“Estoy de acuerdo con la implementación de una herramienta tecnológica que pueda servir para mejorar la comunicación entre programa – estudiante, pero dependiendo de la forma como se vaya a manejar y de qué manera”

“La mayoría de las veces se usa el correo institucional, desde este año se empezó a usar el correo masivo, pero no aseguramos que llegue a todos los estudiantes, debido a que muchas veces cambian de correo y se hace muy difícil actualizar esos datos”.

9.4 LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD

La aparición de herramientas tecnológicas- educativas para el mundo académico, ha venido a hacer parte de la sociedad, cada vez más organizaciones tanto de tipo empresarial como educativas, han recurrido a las redes sociales como parte de su proceso de innovación y como una manera de generar un mayor número de clientes. Al recordar a Yaskelly Kedra en torno al tema, cuando afirma que “cuando la variedad de medios prolifera, cada tecnología nueva surge con la promesa de avanzar en la productividad y la velocidad, eliminando los inconvenientes y las ineficiencias de sus antecesores”, las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* actualmente son un fenómeno; según el gobierno nacional son las redes sociales con mayor popularidad en el país. En el caso del Programa de Comunicación social, que cuenta con un perfil en Facebook, es clave que tenga:

1. Información completa y actualizada
2. Ingreso fácil
3. Constante actualización

Sin embargo, a la hora de ingresar al perfil de *Facebook* del programa y al basarnos en nuestra observación participativa, se puede afirmar que no siempre presenta información actualizada y no se ha dado la difusión necesaria para que todos los estudiantes puedan acceder a este perfil, lo cual quedó demostrado cuando respondieron que su ingreso al

perfil del *Facebook* fue tan solo de dos veces en un mes, debido precisamente a que no hubo una publicación constante de información, como lo demuestra el siguiente gráfico:

Ingreso a perfil Facebook

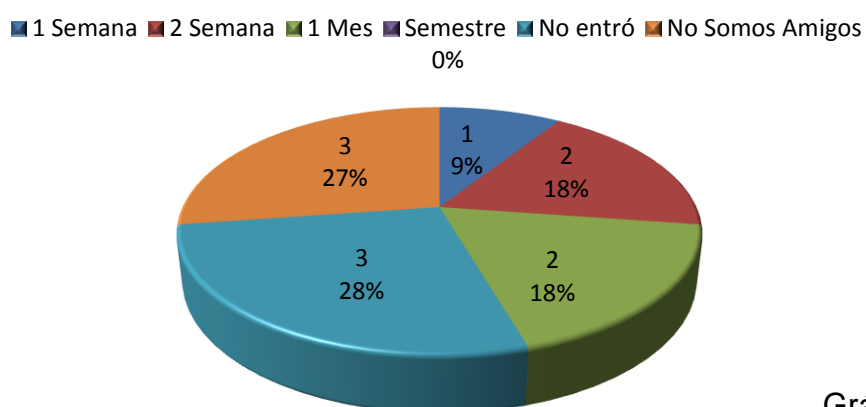


Gráfico 5

9.5 LAS APLICACIONES MÓVILES, NUEVA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN

La comunicación actualmente se lleva de una forma variada, existen muchas maneras en las que ahora es posible generar información e interactividad con el público, las nuevas tecnologías llegaron para quedarse y a través de herramientas como las redes sociales, blogs corporativos e incluso con el uso de aplicaciones móviles; que en este caso hace parte del proyecto de investigación. Siguiendo con este planteamiento y tomando como referencia el concepto de Castells al afirmar que “la incorporación de avanzadas tecnologías de información, en todo tipo de instituciones, representa el mejor argumento para afirmar la pertinencia de considerar a las comunicaciones digitales como una de las formas fundamentales de comunicación para las instituciones contemporáneas”, por lo cual la propuesta de este proyecto de investigación es relevante y necesaria en estos momentos donde la información del Programa necesita ser

difundida de manera más efectiva y directa a su público que son los estudiantes. Al ser encuestados se confirma lo dicho anteriormente; en el primer periodo de 2014 la Universidad lanzó una aplicación móvil que cuenta con información general de la institución, como contrataciones, convocatorias administrativas o docentes y los enlaces a sus diferentes medios de comunicación UdeC Radio, UdeCTV, Universo U y redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. Esta aplicación si bien se encuentra accesible a quien quiera descargarla, no muestra información de clases, fechas de exámenes ni tampoco calificaciones , y aunque existe esta aplicación a la hora de indagar acerca de esta el 82% de los estudiantes no tenía idea de la existencia de una aplicación móvil, tan solo dos personas de los 11 que conformaron el grupo focal afirmaron haber escuchado acerca de la misma, pero porque conocen al desarrollador de la aplicación, más no porque el programa haya hecho una difusión de esta nueva herramienta.

En el análisis de resultados se tomó como referencia importante una entrevista que se le realizó al desarrollador de esta aplicación de la Universidad de Cartagena para aclarar su funcionamiento, según el señor Francisco Rojas:

“la aplicación va dirigida al público universitario en general, estudiantes, docentes, funcionarios, investigadores, entes colaboradores y personas que desean hacer alguna vinculación”

“La aplicación móvil de la universidad de Cartagena es una web App (aplicación móvil web)”

Dentro del campo de las aplicaciones móviles, existen tres tipos, cada una con sus propias características, funcionalidades, ventajas y desventajas; en el caso de la aplicación móvil de la Universidad de Cartagena esta cuenta con una aplicación web (web app), es una página web que lleva desarrollo dentro de la información que tiene para dar a conocer, se adaptan a cualquier pantalla, de cualquier equipo y este tipo de aplicaciones no se descargan desde el mismo celular, simplemente se ingresa a la página web (www.unicartagena.edu.co) y desde allí se configura directamente a la pantalla de cualquier equipo móvil, es por esto que no posee tantas herramientas innovadoras, ya que es más parecido a ver una página web en un equipo móvil pero mucho mejor configurado. La segunda clase de aplicación que existe es la híbrida en estos momentos está marcando tendencia, un ejemplo de esta es el *Facebook*, que se puede descargar directamente desde el equipo móvil y que cuenta con botones dentro de la plantilla, pero al dar clic sobre ellos lleva directamente a contenido de una página web, que es como cuando se ingresa desde un computador.

En el caso de la aplicación móvil para el programa de comunicación social se ejecutará por medio de una aplicación nativa, estas se descargan directamente desde las tiendas de aplicaciones de los diferentes sistemas operativos de los celulares (Android- IOS- Iphone – Windows), este tipo de aplicaciones se puede diseñar en base a los gustos, necesidades y exigencias del creador. Este tipo de aplicaciones son más complejas ya que se deben diseñar una para cada característica de los equipos móviles y sus sistemas operativos, pero también son mucho más dinámicas, se pueden utilizar sin conexión a internet.

Conoce la App de la UDeC

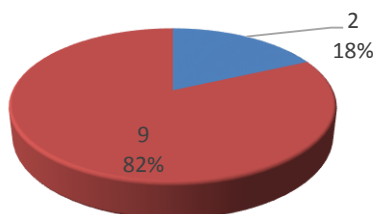


Gráfico 6

SI NO

De esta manera es realmente importante que pueda existir otro medio en el que el Programa tenga la posibilidad de comunicarse mejor con sus estudiantes y que estos a su vez tengan una manera más fácil y sencilla de acceder y estar enterados de eventos, información académica e información relacionada con su carrera; lo que quedó plasmado al preguntarles a los integrantes del grupo focal acerca de la creación de una aplicación móvil para mantenerse informados y su parecer acerca de una aplicación exclusiva para el Programa de Comunicación Social, lo cual validó este proyecto de investigación. Ver Gráfico 7 y Gráfico 8

¿App Móvil como solución para informar?

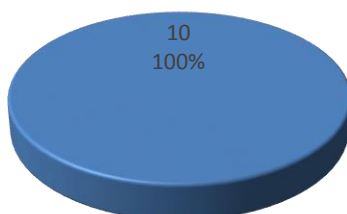
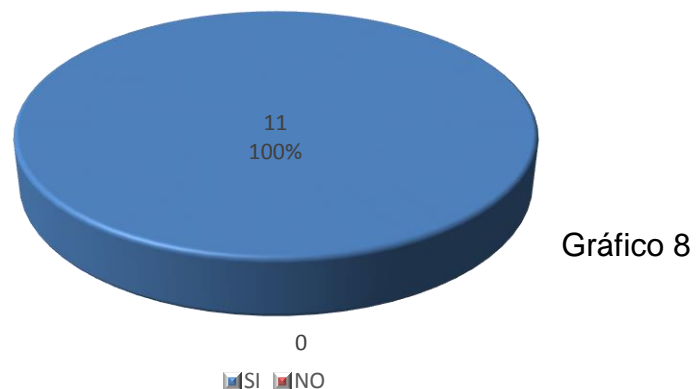


Gráfico 7

SI NO

¿Una App Móvil para Comunicación Social?



Es así como se ratifica la relevancia e importancia de que exista otra herramienta capaz de dar solución a las falencias que tienen los estudiantes con respecto a su acceso a la información, por ello se hace clave y pertinente la propuesta de creación de una aplicación móvil para la mejora de la comunicación con los estudiantes en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades																								
Elaboración de anteproyecto	■	■	■	■																				
Entrega de anteproyecto					■																			
Revisión documental	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
Encuentro con tutor				■				■				■				■								
Encuentro con Ing. de Sistemas																								
Encuentro equipo de trabajo		■	■			■	■			■	■			■	■									
Entrevistas											■									■				
Presentación piloto 5to semestre																				■				
Grupo focal																				■				
Presentación a lector																					■			

11. PRESUPUESTO

Actividad	Valor
Impresión 1era entrega	\$10.500
Alimentación	\$250.000
Viáticos Ing. De sistemas	\$40.000
Impresión cuestionario	\$3.600
Refrigerio grupo focal	\$15.000
Diseño de plantillas de aplicación	\$100.000
Demo aplicación móvil	\$350.000
Total	\$769.100

12. CONCLUSIÓN

Del estudio focal realizado, las entrevistas y la revisión documental se concluyó que se hace necesario e indispensable la implementación de una herramienta tecnológica como apoyo a los procesos comunicativos en la organización, gracias a la inmediatez, eficiencia y rapidez con que transmiten el mensaje a sus receptores finales. Entre la variada gama de herramientas tecnológicas, el presente proyecto de investigación presenta *una propuesta de mejora de comunicación entre Programa-estudiante a través de una aplicación móvil*, la cual creará un nuevo vínculo de comunicación interactiva entre las partes mencionadas.

Esta aplicación móvil funcionará como una plataforma digital descargable en los teléfonos inteligentes (Smartphones) de cada estudiante, los cuales tendrán acceso con anterioridad acerca del calendario académico o actividades extracurriculares necesarios para el proceso de formación de los estudiantes durante su estadía en la institución. Así mismo esta aplicación dará respuestas a las dudas y sugerencias de los estudiantes del Programa a través de un chat interactivo, una de las falencias arrojadas por los miembros del grupo focal, los cuales pedían mayor dinamismo e interacción en transmisión de la información.

De igual forma, la entrevista semiestructura realizada a la secretaria académica Yina Hernández, ratificó la necesidad de implementar una propuesta de mejora a través de una aplicación móvil siempre y cuando esta no modifique los procesos formales y presenciales de comunicación entre Programa-estudiante, además sugirió el apoyo de

un profesional encargado de gestar contenido constantemente en la plataforma tecnológica.

La innovación tecnológica ha generado nuevos espacios de comunicación que se caracterizan principalmente por la participación del receptor, permitiendo así, el establecimiento de una comunicación horizontal que es vital para la generación de experiencias formativas, educativas y expresivas

La revisión documental basada en artículos, tesis y teóricos fue determinante para entender la relevancia de las herramientas tecnológicas dentro de las organizaciones, la necesidad de implementar una aplicación móvil no solo se verificó en las opiniones expresadas por los estudiantes, sino también, en conceptos y teorías donde se justifica cómo estos cambios tecnológicos están ya inmersos en la cotidianidad debido a que permiten comunicar, masificar y distribuir la información de cualquier índole.

Gracias a la recolección de información que nos facilitó el estudio de caso y la estrategia del grupo focal se establece que constituirá la aplicación móvil del Programa: información académica, directorio de profesores, calendario de eventos, notas y horarios en línea, chat y correo de sugerencias.

Es una propuesta que busca mejorar la comunicación para los estudiantes en base a las debilidades establecidas en el Programa con respecto a la difusión de la información, teniendo en cuenta los resultados arrojados por el grupo focal y la observación participativa.

13. RECOMENDACIONES

Este proyecto de investigación buscaba lograr crear el diseño de una propuesta con miras a mejorar la comunicación entre los estudiantes del programa de Comunicación Social, directivo y académico, a través de una aplicación móvil exclusiva para el Programa. Después de realizar una revisión documental en donde se pudo evidenciar cómo las nuevas tecnologías son claves en el desarrollo de una sociedad, y como en las universidades tanto internacional, nacional y de la costa caribe se han implementado estas plataformas móviles con el fin de mantener más conectados, comunicados y estar a la vanguardia del mundo académico y la globalización.

También se pudo comprobar a través de la herramienta de un grupo focal conformado por 11 estudiantes de semestres entre primero y octavo del programa de comunicación por medio de una serie de preguntas, que tenían como fin evaluar las pertinencia de esta propuesta, la opinión de ellos con respecto a lo que según su criterio debía tener esta aplicación. Por otro lado hicimos entrevistas semi-estructuradas con el fin de tener un panorama más amplio acerca de la situación del programa con respecto a la interacción con sus estudiantes, la primera fue al señor Francisco Rojas, el creador de la aplicación móvil de la Universidad de Cartagena que no contiene toda la información pertinente a los estudiantes, en la cual se pudo comprobar a través de las respuestas que dieron los estudiantes en referencia a la actual plataforma móvil de la universidad y el hecho de no comunicar los hechos universitarios teniendo en cuenta los medios y el contexto en que se crean y desarrollan; la segunda entrevista se le realizó a Yina Hernández la secretaria académica del Programa, quien afirmó y aseguro la necesidad que exista en la carrera de crear otro medio por el cual pueda existir una interacción más cercana y una mejor

comunicación, pero siempre y cuando se cree una figura como gestor de contenidos para suministrar la información pertinente y actual.

Es por esta razón que desde esta perspectiva se recomienda la propuesta para la mejora de la comunicación en relación con los usuarios en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena la creación de una aplicación móvil, de la cual el grupo de investigación entrega un boceto en plantillas especificando el resultado final de la propuesta, pero también que sea esta propuesta de investigación base para que sirva de como modelo para otros facultades de la universidad, creando así una nueva herramienta de comunicación entre estudiante programa.

Aplicación Móvil Programa de Comunicación Social
Universidad de Cartagena



Inicio App Móvil Comunicación Social

The screenshot shows a mobile application interface with two views of an event. The top status bar shows 'TIGO' network, signal strength, time '11:20 p.m.', location, and 39% battery. The navigation bar has 'Eventos' and 'Calendario de eventos' with back and share icons. The event title is 'Tercera semana de la comunicación' with dates 'De Dom, 11 Enero a Jue, 15 Enero'. The location is 'Universidad de Cartagena - Sede centro' and the date is '11-01-2015 19:00'. The background features a graphic of a head silhouette filled with colorful letters and symbols.

Calendario de eventos

3 SEMANA DE LA COMUNICACIÓN

Tercera semana de la comunicación

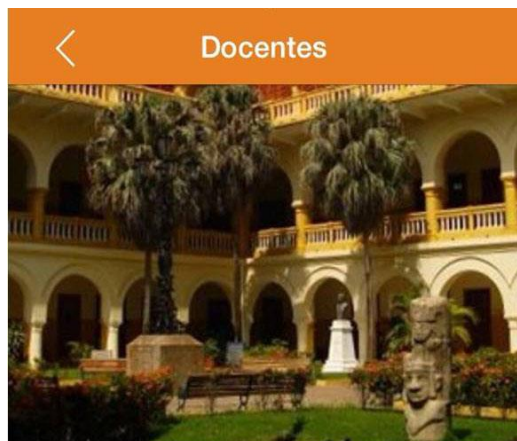
De Dom, 11 Enero
a Jue, 15 Enero

Tercera semana de la comunicación
Universidad de Cartagena - agosto de 2014

UBICACIÓN
Universidad de
Cartagena - Sede
centro

FECHA
11-01-2015 19:00

Calendario de Eventos



Manuel Lozano



David Lara



Alvaro Delgado



DAVID LARA RAMOS

3001234568

dlara@unicartagena.edu.co



Comunicador Social

Universidad de Cartagena

Información Docentes



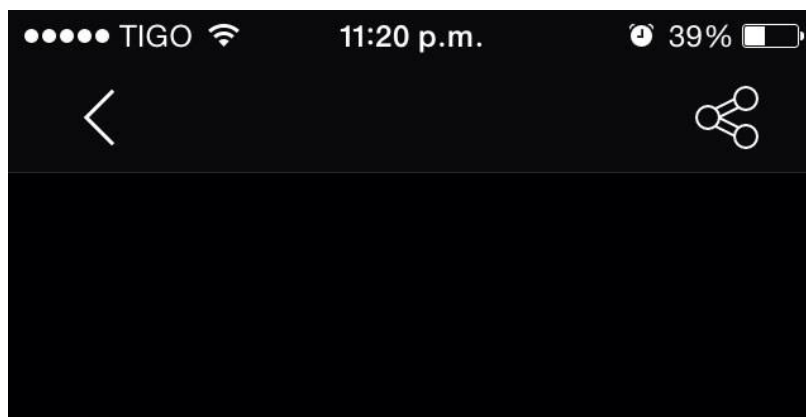
El Programa de Comunicación Social concibe su Proyecto Educativo (PEP) como un proceso permanente de construcción colectiva, abierto, reflexivo y público, que surge del análisis de su propia realidad, para pensare y proyectare en su dinámica, en la simultaneidad de los tiempos que la configuran, en la acción sinérgica con la región, desde una concepción de educación, un sentido pedagógico y una manera de entender las relaciones sujeto sociedad y programa -contexto.

El Proyecto Educativo plantea la estructura básica conceptual v operativa

Información Programa



Galería Fotográfica UdeC



CICLO II		SECCION B					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
13:00 - 13:50		Tutoría 2 Lina Ojeda Aula _____		Teorías de las Ciencias de la Comunicación Gilbert Espinosa GT Aula 616	Teorías de las Ciencias de la Comunicación Gilbert Espinosa GP 2 Aula 616		
13:50 - 14:40	La Persona y su Acción - Derly Mastoya Aula 616	Bases de la Redacción Periodística - Sharon Parales GT Aula 616	Guía y Realización Audiovisual Lina Ojeda GT Aula 616	Teorías de las Ciencias de la Comunicación Gilbert Espinosa GP 1 Aula 616	Guía y Realización Audiovisual Lina Ojeda GP 1 Lab 1	Cátedra Señor de Sipán XXXXXX XXXXX Aula 616	
14:40 - 15:30							
15:30 - 16:20			Bases de la Redacción Periodística - Sharon Parales Grupo 1 Lab 11	Bases de la Redacción Periodística - Sharon Parales Grupo 2 Lab 3	Guía y Realización Audiovisual Lina Ojeda GP 2 Lab 1		
16:20 - 17:10							
17:10 - 18:00							

horario.pdf

Horario de clases

14. BIBLIOGRAFÍA

- ARELLANO Aguilar, Enrique. 2008. La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Razón y palabra*, ISSN-e 1605-4806, N Extra 1.
- ARRAS, Ana. JÁQUEZ, José. y FIERRO Luz. 2008. Comunicación y cambio organizacional. *Revista Latina de Comunicación Social*. Vol. 11 issue 63, p418-434. 18
- BRONSTRUP, Celsi y GODOI, Elena. 7/1/2007. Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y pensamiento*. Vol. 26 Issue 51, p26-37. 12p.
- DE LA RIVA D. 2007. *Proyecto UniMóvil: una aplicación móvil para Universidades Aplicaciones Web para celulares*, Tesis de Grado.
- DÍAZ, Renato Baptista. 2012. *Comunicación organizacional: simetrías y asimetrías en la era de la globalización*. Issue 118, p48-51- 4p.
- GURMENDI L., Williams R. 2006. “DESARROLLO INFORMÁTICO COLABORATIVO EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO: La experiencia siu-guaraní.
- KROHLING, Kunsch Margarida M. 7/1/2007. Comunicación organizacional en la era digital: contextos, recursos y posibilidades, *Signo y pensamiento*. Vol. 26 Issue 51, p26-37. 14p.
- RUIZ, Ricardo. La sociedad de la información como una sociedad en transición: Características, tendencias y paradojas.
- <http://site.ebrary.com/lib/bibliounicartagenasp/docDetail.action?docID=10680018&p00=teor%C3%ADas+de+acceso+a+la+informaci%C3%B3n+digital>
- LÓPEZ de la Fuente J.M. 2008. LAS OPORTUNIDADES DE LA WEB MÓVIL EN PAÍSES EN DESARROLLO.

-MARTÍN, Irene. 2007. Retos de la comunicación corporativa en la sociedad del conocimiento de la gestión de información a la creación de conocimiento organizacional. *Signo y pensamiento*, ISSN 0120-4823 Vol. 26, N 51, (Ejemplar dedicado a *Comunicación organizacional*) págs 52-65.

-MARTÍNEZ Lago, Angela. HENAO López, Hernán. GÓMEZ Tinoco, Stephanie. *Marcas en redes sociales: de la guía corporativa a la estrategia de comunicación digital*. 2013. Facultad de ciencias sociales y educación. Universidad de Cartagena.

-SALADRIGAS Medina, Hilda. 2005. Comunicación organizacional: matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social*. Vol. 8 Issue 60, p1-7 7p Article.

-SCHMUCLER Héctor. 1996. *Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer*. En: Artefacto. Oficina de publicaciones del CBC. UBA. Buenos Aires.

- VALLE, Mónica. CRUZ, Gerardo. 2012. Director de Turismo at sea. La Comunicación Organizacional de cara al siglo XXI.

<http://es.slideshare.net/GERARDITOOO/diagnostico-organizacional-12583691>

-Ventajas del uso de las TICs en el proceso de la enseñanza – aprendizaje desde la óptica de los docentes Universitarios Españolas.

<http://site.ebrary.com/lib/bibliunicartagenasp/docDetail.action?docID=10458307&p00=teor%C3%ADas+de+acceso+a+la+informaci%C3%B3n+digital>

-WOIDA, Luana María. 2010. *El proceso de comunicación empresarial en ambientes internos: elementos orientados a objetivos*. Proceso de comunicación empresarial en ambientes internos: elementos orientados a objetivos.

-YASKELLY, Yedra. 2005. Impacto de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional, *Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento*, Issn 1690-7515, Vol. 2, N 3, págs 51-72.

15. ANEXOS

Formato de Entrevista – Anexo 1

Nota: Esta entrevista está dirigida a la persona encargada de realizar la Aplicación Móvil de la Universidad de Cartagena.

Preguntas:

1. ¿A qué público va dirigida la Aplicación Móvil de la Universidad?
2. ¿Qué criterios tuvieron en cuenta para seleccionar el contenido de la Aplicación Móvil?
3. ¿Si cree que la Aplicación está dirigida a toda la Universidad, o un sector específico?
4. ¿Qué tipo de Aplicación Móvil es?

Formato de Entrevista – Anexo 2

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

Esta encuesta está dirigida a los estudiantes de primer a octavo semestre de Comunicación Social; la cual tiene como finalidad hacer un diagnóstico previo sobre el avance de los procesos de comunicación interna en el Programa.

Edad ____ Sexo ____ Semestre ____

1. Con respecto a la agenda cultural y al calendario académico ¿se entera con anterioridad las actividades a realizar en el programa de Comunicación Social?

SI ____ NO ____

2. ¿Por qué medio se entera de las actividades a realizar en el Programa?

- a. Redes sociales
- b. Página web de la Universidad de Cartagena
- c. Carteleras del programa de Comunicación Social
- d. Compañeros de carrera
- f. No se entera de las actividades

3. ¿Con qué frecuencia ingresa a la página web de la Universidad de Cartagena?

- a. Una vez a la semana
- b. Dos veces a la semana
- c. Una vez al mes
- d. Tres veces al mes
- e. Inicio de períodos académicos

4. ¿Con qué frecuencia entra al perfil *Facebook* del programa de Comunicación Social?

- a. Una vez a la semana
- b. Dos veces a la semana
- c. Una vez al mes
- d. Inicio de períodos académicos
- e. No entro al perfil
- f. No somos amigos en *Facebook*

5. ¿Cómo considera el funcionamiento de la página web de la Universidad de Cartagena en relación a la información del Programa de Comunicación Social?

- a. Muy buena
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala

¿Por qué?

6. ¿Conoce la *Aplicación Móvil* de la Universidad de Cartagena?

SI ____ NO ____

7. ¿Tiene descargada en su celular la *Aplicación Móvil* de la Universidad de Cartagena?

SI ____

NO ____

No la conozco ____

No tengo celular ____

8. ¿Qué opinión le merece esta *Aplicación Móvil*?

a. Muy buena

b. Buena

c. Regular

d. Mala

e. No la tengo descargada

¿Por qué?

9. ¿Considera que una *Aplicación Móvil* para el Programa mejoraría la comunicación entre programa-estudiantes?

SI ____ NO ____

¿Cómo?

10. ¿Qué contenido sugiere para la *Aplicación Móvil* del Programa?

Anexos 3: Tesis consultadas en Bases de Datos

BASES DE DATOS				
AUTOR	FUENTE	RESUMEN	OBSERVACIÓN	CITA Y PÁGINA
Victor Amar	Editorial: D - Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación.	El presente artículo versa sobre las nuevas tecnologías y la educación, además de establecer un interrogante ante la perspectiva crítica y la contemporaneidad en la educación. La relación entre las nuevas tecnologías y las medias serán objeto de estudio. Igualmente, el artículo revisa el polémico tópico de las relaciones y responsabilidades que se erigen sobre la educación y la tecnología, entre el tiempo en presente y los medios de información y comunicación.	No estamos en un modelo educativo y comunicativo radical, sino en un que incentive la creatividad. Estamos frente a la necesidad de admitir la existencia de una nueva sintaxis en la presentación y metabolización del conocimiento y que existe un nuevo diálogo con éste (Amar, 2010). Teniendo de referente modelos de información dinámicos como internet, redes sociales, se pensó en ésta tesis doctoral una inclusión entre estas dos alternativas de comunicación, que fuera rápida y actual dejando como resultado las aplicaciones móviles, en este caso para ser implementadas por las instituciones académicas, entiendo así que las app móvil son una herramienta de comunicación que encaja en el entorno actual de los estudiantes y la población corporativa.	AMAR, Víctor. Planteamientos críticos de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación en la sociedad de la información y de la comunicación. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación, 27: 79-87, 2006

<p>Luis Fernando Avello Huala</p>	<p>Editorial: B - Universidad de Santiago de Chile</p>	<p>Actualmente y debido al creciente dinamismo de la sociedad actual, una gran cantidad de personas necesitan moverse de un lugar a otro para cumplir con sus asuntos laborales. Con últimos avances tecnológicos se está haciendo posible que estas personas puedan trabajar incluso cuando viajan en un bus, avión, tren o cuando simplemente caminan. Estos gracias a los dispositivos como teléfonos celulares, los cuales han experimentado un aumento prácticamente sostenido de sus capacidades. A esto se le suma la reducción de precios observada durante los últimos años de dichos dispositivos, haciendo que éstos penetren con mayor éxito en áreas como la educación, salud, actividades productivas y servicios.</p>	<p>Se habla de sistemas colaborativos en aplicaciones móviles, puestos que ellos se pueden tener como guías y herramientas de comunicación en cualquier organización, con tres funciones principales: información en sitio común para los miembros del grupo, permitir la interacción entre los usuarios, opción que no utilizaremos en la App de la Universidad y la colaboración en la transmisión del mensaje. Un dispositivo móvil como un teléfono celular, tiene un costo mucho menor en comparación con un computador personal, y la utilización de los dispositivos móviles ampliará el número de posibilidades de donde se puede realizar trabajos que se limitaban a la necesidad de la presencia de alguien.</p>	<p>Avello Huala, Luis Fernando. Modelo de comunicación punto a punto para aplicaciones colaborativas en dispositivos móviles. : B - Universidad de Santiago de Chile, . p 7</p>
<p>Francisco Javier Ruiz del Olmo, Ana María Belmonte Jiménez.</p>	<p>Revista Científica de Educomunicación ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293 Comunicar, nº 43</p>	<p>El presente trabajo analiza el papel de los jóvenes consumidores en el contexto de los nuevos procesos comunicativos que surgen de tecnologías emergentes: el uso de las aplicaciones de marca en los dispositivos móviles. Estos incorporan funcionalidades sociales y comunicativas cada vez más complejas y,</p>	<p>La revolución tecnológica y comunicativa a partir del uso social de los dispositivos móviles induce a un incremento de la investigación sobre la comunicación interactiva, comercialización y mercantilización a partir de dispositivos móviles. La revolución tecnológica y</p>	<p>RUIZ Francisco. BELMONTE Ana María. Los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles. Revista Científica de Educomunicación ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293 Comunicar, nº 43. 2014</p>

		<p>entre ellas, las aplicaciones para teléfonos inteligentes que vinculan publicidad comercial y pagos, formando un campo novedoso pero de interés prioritario para distintos actores comunicativos, marcas, comercio y compañías de tecnología. En ese contexto la presente investigación describe y codifica cualitativamente cómo los usuarios entienden, perciben y utilizan, como consumidores, las aplicaciones móviles.</p>	<p>comunicativa a partir del uso social de los dispositivos móviles induce a un incremento de la investigación sobre la comunicación interactiva, comercialización y mercantilización a partir de dispositivos móviles. (Ruis, Belmonte. 2014) Numerosos trabajos identificaron tempranamente los diferentes usos sociales de la tecnología móvil en función de la edad, los usuarios jóvenes son especialmente propicios al uso de las tecnologías emergentes, junto con la fascinación de la marca como identificador de una integración grupal y social. Investigación que nos da un respaldo en cuento a grupo focal principal puesto son los jóvenes del programa de C.S. de la UdeC a los que queremos llegar y por los que se pensó la implementación de esta herramienta, para solución óptima y pronta en la información.</p>	
<p>Javier Fombona Cadavieco, María Angeles Pascual Sevillano & Amador Filomena Madeira Ferreira.</p>	<p>Pixel-Bit: Revista de medios y educación, ISSN 1133-8482, N°, 41, 2012, págs. 197210</p>	<p>La evolución de los dispositivos móviles ha sido veloz y universal, pero apenas ha permitido reflexionar sobre las posibilidades en el ámbito educativo. Actualmente estos recursos multiplican sus aplicaciones y uno de los ámbitos de</p>	<p>Traer el modelo de comunicación inmediata a las instituciones educativas, en este caso las universidades, donde la gran mayoría de la población está familiarizada con estas herramientas tecnológicas actuales, se convierte en una</p>	<p>FOMBONA Cadavieco, Javier. PASCUAL Sevillano, María Angeles & MADEIRA Ferreira, Amador Filomena. Pixel-Bit: Revista de medios y educación, 2012, págs. 197210.</p>

		<p>desarrollo es el uso en propuestas innovadoras bajo la tecnología de la Realidad Aumentada, que posibilita relacionar las imágenes en tiempo real y la posición geográfica del usuario, con metadatos asociados y almacenados en un equipo informático. El desarrollo de esta tecnología abre múltiples posibilidades en el ámbito educativo, también favorece acciones socializantes e inclusivas en personas con necesidades especiales. Este artículo hace una clasificación e intenta describir algunas propuestas para su aplicación educativa.</p>	<p>necesidad puesto que hoy por hoy los jóvenes en su tiempo real se relacionan la mayor parte del tiempo con teléfonos inteligentes. De igual forma el reto desde las instituciones e investigación intervenir en un tema práctico, puesto que se busca abordar desde los métodos de investigación si verdaderamente la creación de las App es una respuesta a problemas de comunicaciones y actualidad.</p>	
<p>David Romero, Arturo Molina & Violeta Chirino.</p>	<p>WWW.IEEE.ORG</p>	<p>El aprendizaje móvil (m-learning) es sin lugar a duda el siguiente paso en la evolución de las tecnologías educativas, reflejando la convergencia digital de la tecnología móvil y el aprendizaje electrónico (e-learning) en respuesta a una sociedad cada vez más dinámica que busca una educación personalizada, vitalicia y universal.</p>	<p>La presente Edición Especial de IEEE-RITA titulada: "Aprendizaje Móvil: Tendencias, Cuestiones y Retos", incluye una colección de ocho artículos que buscan presentar al lector el estado del arte de la investigación y la práctica del aprendizaje móvil a través de proveer nuevas tendencias; discutir cuestiones pasadas, presentes y futuras; así como retos actuales de este nuevo medio de aprendizaje. Los autores discuten el rol fundamental de las nuevas tecnologías de información en los procesos de enseñanza-</p>	<p>ROMERO, David. MOLINA, Arturo & CHIRINO, Violeta. IEEE-RITA Vol. 5, Núm. 4, Nov. 2010</p>

			aprendizaje y presentan un modelo interactivo y multimedia para dispositivos móviles utilizando la realidad aumentada para estimular el proceso de aprendizaje.	
Jaime de la Fuente Martínez, Antonio García Martínez	Editorial: Universidad Complutense de Madrid	En la última década, las comunicaciones se han convertido en el sistema nervioso que pulsa el pálpito del mundo. Al veloz crecimiento en el número de abonados móviles a nivel mundial, multiplicado por seis en ese periodo hasta súper los 4,300 millones en mayo de 2010, más los 2000 millones de usuarios conectados a internet que representa el 20% de la población mundial. Lo que supondrá que entre el 2013 y 2015 cada habitante de la tierra disponga, prácticamente, de un ingenio de comunicación móvil.	El tema a tratar en este documento principalmente es la próxima nueva realidad y su impacto en los procesos comunicacionales. Puesto que su principal fuente de ejecución es el internet, quien ha pasado de ser una herramienta ocasional y cuasi experimental a ser un elemento clave e imprescindible para el desarrollo de los trabajos y actividades en nuestro entorno.	DE LA FUENTE Martínez, Jaime. GARCÍA Martínez Antonio. Impacto de las TIC en la comunicación corporativa e institucional. Universidad Complutense de Madrid, 2010.

<p>Robledo Sacrstán, Clodoaldo Fernández & David Robledo.</p>	<p>Ministerio de Educación de España</p>	<p>Android es un sistema operativo, inicialmente diseñado para teléfonos móviles como los sistemas operativos IOS (Apple), Symbian (Nokia) y BlackBerry OS. En la actualidad este sistema operativo se instala no sólo en móviles sino también en múltiples dispositivos, como Tablet, GPS, televisores, discos duros multimedia, mini ordenadores, ect. Está basado en Linux, que es un núcleo de sistemas operativos libres, gratuitos y multiplataforma.</p>	<p>En la tesis que vamos a desarrollar, optaremos por realizar nuestra aplicación con el sistema operativo Android, puesto que la mayoría de los celulares presentan este software y el alcance de la aplicación es mayor. Además la sencillez y la programación gratuita, es la causa de que existan cientos de miles de aplicaciones disponibles fáciles de acceder al usuario final. Cuenta también con Open Source, lo cual significa que su sistema operativo reside completamente libre, o sea no hay que pagar nada para incluirlo en el sistema y sea descargado.</p>	<p>SACRATÁN, Robledo. FERNÁNDEZ, Clodoaldo & ROBLEDO, David. Programación en Android. Editorial: Ministerio de Educación de España, España. 2011.</p>
<p>Victor Amar</p>	<p>Editorial Tébar</p>	<p>La presencia de las TIC está repercutiendo para la aceleración de todo el fenómeno conocido como la globalización, que no alcanza únicamente los niveles económicos sino que se desenvuelve también en lo cultural, el ocio y los estilos de vida. Y esto se refleja en nuestro entorno, porqué nuestros centros de formación no son los mismo, la tecnología cada vez tiene más presencia, aunque es cierto que no en todos los sitios por igual y en no en todos con la misma calidad. Pero se busca de manera constructiva crear un vínculo entre tecnología de la</p>	<p>Las tecnologías pueden servirnos para transformar la educación pero transformándola no por una mera acción sumativa y presencia de las TIC en las estancias educativas, sino porque sean utilizadas para cambiar la escenografía comunicativa de nuestros centros, y que tales transformaciones se apoyen en pautas de utilización y estrategias metodológicas. Como la herramienta de la App móvil se ayuda a ingresar a la comunidad académica a nuevos mecanismos de actualidad tecnológica y facilita el trabajo de información y presencia con el grupo focal que es</p>	<p>AMAR, Víctor. Tecnologías de la información y la comunicación, sociedad y educación (sociedad, e-herramientas, profesorado y alumnado). Editorial Tébar, España. 2008.</p>

		información y educación, por las facilidades y el entorno actual de globalización tecnológica en el mundo.	amplio sin necesidad de ser el ciclo presencial.	
Riva, Diego Germán de la- Di Cicco, Carlos- Montero, Facundo & Sottile, Sebastián.	Evento: XVIII Congreso Argentino de Ciencias de la Computación	El surgimiento de nuevas plataformas móviles como Apple iOS y Android, acompañado de un impresionante desarrollo tecnológico de dispositivos tales como teléfonos inteligentes y tabletas han revolucionado el desarrollo de aplicaciones. La nueva tendencia es brindar a los usuarios movilidad y acceso a la información desde cualquier parte. Es en este contexto que el desarrollo de una aplicación móvil para universidades cobra sentido. Este trabajo describe el proyecto para el desarrollo de una aplicación móvil para la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires.	La presentación de un proyecto de jóvenes universitario y un docente, que crean una aplicación móvil institucional, que sirve de puente de comunicación entre estudiantes o entes universitarios y la institución.	Riva, Diego Germán de la- Di Cicco, Carlos- Montero , Facundo & Sottile, Sebastián. Proyecto UniMóvil: una aplicación móvil para Universidades

<p>Herranz de la Casa, José María</p>	<p>Revista Latina de Comunicación Social. dec2009, Vol. 12 Issue 64, p1-9. 9p. 6 Charts.</p>	<p>Este trabajo analiza empíricamente la comunicación interna de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, entendida desde la percepción de sus públicos, así como del uso que se hace de los diferentes canales y herramientas que están en funcionamiento, entendidas éstas como herramientas físicas y digitales, y relacionando los primeros con el espacio físico en que están situados y su eficacia percibida en los públicos que frecuentan dichos espacios. El método de muestreo responde al muestreo cuntado, y el método de investigación se basa en la encuesta. Los resultados muestran una percepción propia superior frente a la opinión de percepción ajena sobre la imagen general de la universidad en todos los colectivos. De igual modo, la evaluación del estado de la comunicación difiere según los colectivos estudiados -superior en el caso de PDI y PAS-. Finalmente, la evaluación de las herramientas de comunicación disponibles de carácter físico y digital también presenta diferencias importantes en</p>	<p>. La Porte (2001: 43) define la comunicación interna como un: "Tipo de comunicación que favorece o promueve relaciones eficientes entre las personas que configuran los públicos internos de una organización, y que genera la confianza necesaria para coordinar adecuada y responsablemente todos los recursos disponibles en la consecución de la misión compartida. Losada Vázquez (1998) ya señalaban la distinción entre públicos internos – Personal de Administración y Servicios, y Personal Docente e Investigador– e incorporaban a los estudiantes como públicos intermedios, acuñando el término de "comunicación intermedia". Sin embargo, la cercanía de los estudiantes a la organización, permite incluirlos como públicos internos a la hora de conocer sus necesidades. • Es por esto importante encontrar herramientas en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena para mejorar su comunicación interna como externa, y tratar de que sea más fácil, eficaz y sencillo el acceso a la información, para que existan más canales a la hora de comunicarse, como lo</p>	<p>Herranz et al (2009): La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos.Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 262 a 274. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. http://www.revistalatinacs.org/09/art/23_822_30_Valladolid/Herranz_et_al.html</p>
--	--	---	---	---

		función del público estudiado.	puede ser una APP móvil y que iría en beneficio de los estudiantes del Programa de Comunicación Social.	
Ávalos, Gisselle Gómez	Educación (03797082). 2008, Vol. 32 Issue 1, p77-97. 21p. 10 Diagrams. . Article	En las sociedades actuales las tecnologías de la información y la comunicación impregnan todos los quehaceres de la vida de las personas, de ahí la importancia que cobran los procesos de alfabetización tanto informacional como digitales que provea de las herramientas necesarias tanto para el procesamiento de la información como para el manejo técnico de las mismas, lo que lleva a plantear un modelo educativo que contemple las diferentes dimensiones: la tecnológica, la pedagógica y la administrativa en los procesos de formación.	Se puede afirmar, que de acuerdo con resultados analizados, se hace necesario enseñar nuevas estrategias que permitan a los usuarios potenciar el uso de estos medios en el campo educativo y que lleven a un conocimiento más profundo de algunas metodologías que se pueden aplicar, a través de mediaciones didácticas.(2008,p. 78) esta implementación vaya acompañada como afirma López y otros (2006, p. 5) de “cambios profundos en la estructura académica y administrativa, para lograr los fines deseados” siendo ésta, no solo una cuestión de buena voluntad por parte de los actores, sino que también de una gran disposición institucional que ponga en marcha todo un plan macro de acción para lograr cambios, en el campo administrativo. Según Adell (1997, p. 3. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, parr. 1) son: (...) el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software),	Avalos, Gisselle Gómez, EL USO DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO CURRICULAR. Educación (03797082). 2008, Vol. 32 Issue 1, p77-97. 21p. 10 Article , http://ezproxy.unicartagena.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=36664776&lang=es&site=ehost-live

			soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información.	
Rector Gabriel Ferraté	El Profesional de la Información. ene/feb2010, Vol. 19 Issue 1, p63-69. 7p. 5 Color Photographs,	Se presenta la experiencia tecnológica y los resultados de los últimos 5 años en la Biblioteca Rector Gabriel Ferraté de la Universitat Politècnica de Catalunya. Se hace una descripción de los recursos humanos destinados a la realización de los proyectos y del método de trabajo que se emplea. Los proyectos descritos abarcan campos tan variados como los servicios móviles, la gestión interna de colecciones, la gestión de espacios, la web 2.0	Al encontrarse la Universidad en un ambiente altamente tecnológico es clave poder tener las herramientas para estar a la vanguardia de los cambios que se puedan presentar. (2010, p 63). Herramientas como la página web, web móvil son claves a la hora de responder a esta demandas. (2010, p 64-65). Es así como en el caso de esta Universidad que también es pública, en la caso de la Universidad de Cartagena, se hace necesario otras herramientas para dar solución y mejorar la comunicación interna lo que se refleja en un mejor acceso a la información por parte de los estudiantes de Comunicación Social.	Biblioteca : Rector Ferrate Gabriel,(BRGF), Universidad Politècnica de Catalunya,Barcelona "http://ezproxy.unicartagena.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=52817097

<p>Manuel Palencia</p>	<p>Revista Latina de Comunicación Social. ene2008, Vol. 11 Issue 63, p277-286. 10p. - Article</p>	<p>Es evidente que la gestión de la Comunicación Interna está ocupando, cada vez más, un lugar preferente en las organizaciones, a pesar de la gran contradicción que supone el hecho de aceptarlo y reconocerlo, y al mismo tiempo la falta de recursos materiales y humanos que se le asigna en la mayoría de organizaciones. Las Universidades españolas cuentan con experiencias exitosas en este campo, forzadas por la necesidad de atender las constantes demandas de un alumnado cada vez más diverso y exigente, y unos colectivos profesionales con expectativas de participar en el futuro de la organización.</p>	<p>Las conclusiones del trabajo de Seong-Hun Yun al respecto de una amplia tipología de organizaciones (Yun, 2007: 225) indican que el principio de la bi-direccionalidad en Comunicación Interna no puede generalizarse para el conjunto de las organizaciones ya que, mientras que para unas el factor simétrico se expresa en niveles de compromiso informativo entre Dirección y públicos internos, en otros, se revela en términos de tipología de estructuras organizativas. Así, y respecto a las Universidades, el hecho diferencial reside en la categorización del colectivo de estudiantes, el más numeroso, y que no cuenta con la unanimidad necesaria entre los académicos en cuanto a si debe considerarse público interno o público externo. En ese sentido, y sea cual sea dicha categorización, lo que sí es evidente es que el colectivo de estudiantes es clave para conceptualizar la CI en este tipo de organizaciones. (2008, p 278-279. - Es realmente importante pensar en la correcta manera de dar, generar, y acceder a la información por parte de los estudiantes en la Universidad de Cartagena, y si existen herramientas novedosas como una</p>	<p><u>Palencia-Lefler Ors, Manuel (2008): "La incomunicación interna en la Universidad española", en Revista Latina de Comunicación Social, 63, páginas 277 a 286. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado. http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/22_36_UPF/Manel_Palencia.html</u></p>
-------------------------------	---	---	--	--

			App Móvil, es bueno dar provecho a eso.	
María Clara Correal - Magaly Bustos Adriana Constanza Cuevas María Claudia Panqueva Bernal	<p>Correal, María Clara; Bustos, Magaly; Cuevas, Adriana Constanza; Panqueva Bernal, María Claudia</p> <p>El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa</p> <p>Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 62, enero-abril, 2008, pp. 141-153</p> <p>Universidad EAN Bogotá, Colombia</p>	<p>La comunicación es uno de los factores más importantes para el logro de metas en empresas e instituciones, por ello quienes ocupan puestos gerenciales, directivos y ejecutivos, deben de conocer</p>	<p>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: UN MODELO APLICABLE A LA MICROEMPRESA en qué consiste y cómo funciona, pues, cuanto mayor es la responsabilidad de un cargo, más tiempo se dedica a dicho proceso y al manejo de información como parte medular del trabajo cotidiano (Reinsch y Lamar, 1996). La pregunta dice: ¿Quién dice Qué a Quién a través de Qué canal, con Qué intención y Qué efecto? En donde el primer Quién se refiere a la fuente o emisor que inicia el proceso de la comunicación; el Qué se refiere al mensaje; a Quién es el receptor; a través de Qué canal es el medio utilizado para comunicar el mensaje y Qué efecto. - Nosnik (2003) señala que no existen tecnologías de comunicación.</p>	<p>Correal, María Clara, Bustos, Magaly, Cuevas, Adriana Constanza, Panqueva Bernal, María Claudia. El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa</p> <p>Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2008, (Enero-Abril) : [Fecha de consulta: 20 de agosto de 2014] . Disponible en:<http://www.edalyc.org/articulo.oa?id=20611457010> ISSN 0120-8160</p>

<p>Yedra Yaskell</p>	<p>Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento 2005 2(3)</p>	<p>El propósito de este artículo es analizar los cambios que se producen en las organizaciones con la incorporación de dispositivos de telecomunicaciones y otros equipos de computación, en particular se estudian el impacto que se produce sobre los patrones de comunicación organizacional. La integración de los dispositivos móviles, internet y la conectividad inalámbrica ofrece una oportunidad extraordinaria para que las organizaciones puedan extender su información y servicios hasta los usuarios móviles y aumentar la productividad.</p>	<p>Hattersley y McJanet (1997) afirmaban que dos escuelas de pensamiento dominan el estudio de la comunicación en las organizaciones. La llamada escuela "conductual" que hace énfasis en que las organizaciones tienen complejas formas de comunicarse y que las interacciones necesitan ser moldeadas a la situación y a la audiencia; y la escuela "retórica" que enfatiza la importancia de los individuos en dominar las técnicas de comunicación, en particular la forma escrita y hablada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para ello, los empleados de las organizaciones cuentan con tecnologías de información cada vez más accesibles. Por ejemplo, máquina de fax, correo electrónico, teléfonos celulares, servicio de mensajería y video conferencia. (2009, p 53) - La tecnología móvil más usada es la del teléfono celular, el cual nos permite actuar, independientemente del lugar donde nos encontremos. 	<p>Yaskelly, Yedra. Impacto de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional. Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento [en línea] 2005, 2 (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de agosto de 2014] Disponible en:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82302305></p>
<p>Rigoberto Soria Romo</p>	<p>TEACS, AÑO 01, NUMERO 01, DICIEMBRE 2008 - Universidad de Guadalajara</p>	<p>Nuestra premisa es que un sistema comunicativo basado en un plan estratégico es necesario para todo tipo de organización, incluyendo las micros y pequeñas empresas.</p>	<p>La organización se visualiza, no como reflejada en la comunicación, sino emergiendo en esta. Para Pizzolante, la comunicación organizacional permite desarrollar un pensamiento estratégico corporativo, una visión que</p>	<p><u>Correal, María Clara, Bustos, Magaly, Cuevas, Adriana Constanza, Panguева Bernal, María Claudia. El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales</u></p>

			comprende la empresa como un cuerpo indivisible, un sistema interrelacionado donde “todas las áreas deben compartir inquietudes y retos comunes, como única manera para ser proactivos y así reaccionar rápidamente a los cambios del ambiente.	<u>de la empresa</u> <u>Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2008, (Enero-Abril) :</u> <u>[Fecha de consulta: 20 de agosto de 2014]</u> <u>Disponible en:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611457010></u>
Julio César Herrero, Gloria Campos García de Quevedo	<p>REVISTA ICONO 14 – A8/V2 – pp. 182/202 07/2010 </p> <p>REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS ISSN: 1697–8293 C/ Salud, 15 5º dcha. 28013 – Madrid CIF: G - 84075977 www.icono14.net</p>	El protocolo se ha convertido en una herramienta estratégica de comunicación de las empresas, tanto a nivel interno y corporativo como en su proyección externa. El protocolo se encuentra también entre una de las posibles acciones estratégicas para reforzar la reputación corporativa. Este trabajo examina cómo los actos comunican, trasladan la imagen y estilo y responsabilidad social corporativa de una organización, permiten la interrelación con los stakeholders y generan experiencia, superando algunas de las acciones tradicionales de comunicación en el ámbito empresarial y/o institucional.	(2010, p 191) Actos que comuniquen, que eliminen barreras.. La invitación física fue sustituida por un mensaje digital, todo es interactivo , innovador (2010, p 198)	CÉSAR HERRERO, J. y CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO, G. (2010) El necesario protocolo en la comunicación organizacional. Revista Icono14 [en línea] 1 de Julio de 2010, Año 8, Vol. 2. pp. 182-202. Recuperado (Fecha de acceso), de http://www.icono14.net

<p>Ilia E. López Jimenez</p>	<p>RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx</p>	<p>Esta publicación tiene como objetivo pal ofrecer un análisis del impacto de la tecnología en la comunicación Empresarial. El análisis realizado se basa en los recursos tecnológicos de la red (páginas Web, blogs, wikis y redes sociales) y en el contenido de los recursos incluidos en la Guía Temática de Comunicación Empresarial.</p>	<p>Internet como canal de distribución de productos y servicios a consumidores siguió creciendo pese al colapso de las cifras económicas en todo el planeta. Según un estudio realizado por AméricaEconomíaIntelligence (2010), por encargo de la firma de medios de pago Visa, el comercio electrónico a consumidores (o B2C como es conocido en la jerga especializada) creció en 39,2% durante 2009, lo que le permitió llegar a la suma de U\$ 21.775 millones en toda América Latina y El Caribe. Y en 2010, tal como estaban las cosas al primer trimestre del año, podría tener otro salto de 27%, lo que permitiría cerrar con US\$ 28.000 millones en B2C. (2012, p. 5) - Comunicación Organizacional se entiende como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, 2010, p 9)</p>	<p>Catedrática, Departamento de Comunicación Empresarial Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.</p>
-------------------------------------	--	---	--	--

<p>Yamisleydis Popa Báez Rolando Rodríguez González</p>	<p>Contribución a las Ciencias Sociales - blog virtual</p>	<p>Las universidades, organizaciones encargadas de formar profesionales de manera consciente y sobre bases científicas, están involucradas en el dinamismo y la complejidad de la realidad social. Se precisa así de continuos procesos de revisión, ajuste y mejora, necesarios para hacer frente a las nuevas exigencias y retos de la educación que garanticen la calidad de sus procesos avalados por la pertinencia, el impacto y la optimización.</p>	<p>A nivel mundial, las universidades se han volcado a la tarea de informatizar los procesos docentes, de gestión, de planificación y desarrollo que en ellas ocurren. Esta tarea debe evolucionar en concomitancia con los nuevos adelantos tecnológicos y los conceptos de la nueva universidad que internacionalmente se manejan. Varias fuentes (Sánchez, 2000; ARCIS, 2004; UZAR, 2007; Universidad de Chile 2007) coinciden en que la informatización en las universidades debe comprender:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión y el desarrollo de la docencia, investigación y extensión universitaria. • La gestión administrativa de los procesos de la Universidad. <p>Desde el punto de vista organizacional, el auge y desarrollo de las TIC está generando la gestión de una comunicación más mediada tecnológicamente, pues actualmente en el entorno económico y social cada vez más globalizado, marcado por la imperiosa necesidad de buscar la eficiencia, las nuevas tecnologías están facilitando una respuesta novedosa a las exigencias de un modelo organizativo diferente. Por tal</p>	<p>Popa Báez, Y. y Rodríguez González, R.: "Propuesta de normas para la construcción de mensajes en la gestión de comunicación interna por medio de las TIC en la facultad de ciencias sociales y humanísticas de la Universidad de las Tunas", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Enero 2012, www.eumed.net/rev/cccss/17</p>
--	--	---	--	---

			<p>motivo, mientras más rápido se adapten las organizaciones a los cambios provocados por el creciente desarrollo de la llamada Sociedad de la Información, más garantía tendrán de su futuro.</p>	
<p>IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS DE TELECOMUNICACIONES EN LOS PATRONES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	<p>Yaskelly, Yedra</p>	<p>El propósito de este artículo es analizar los cambios que se producen en las organizaciones con la incorporación de dispositivos de telecomunicaciones y otros equipos de computación, en particular se estudian el impacto que reproduce sobre los patrones de comunicación organizacional. La integración de los dispositivos móviles, internet y la conectividad inalámbrica ofrece una oportunidad extraordinaria para que las organizaciones puedan extender su información y servicios hasta los usuarios móviles y aumentar la productividad.</p>	<p>El impacto que las tecnologías de información tienen sobre las organizaciones refleja patrones y estilos de comportamientos que son particulares de los trabajadores. El uso de protocolos inalámbricos facilita la movilidad de los dispositivos cuya características más importante es que son personales, de hecho, todos ellos ofrecen un conjunto de aplicaciones denominadas personal Information Managment (PIM) y por tanto las aplicaciones que se aplican en ellos deben estar personalizada a las preferencias individuales.</p>	<p>Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento, Issn 1690-7515, Vol. 2, N 3, 2005 págs 51-72</p>

<p>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA ERA DIGITAL: CONTEXTOS, RECURSOS Y POSIBILIDADES</p>	<p>Margarida M. Krohling Kunsch</p>	<p>En las sociedades actuales las tecnologías de la información y la comunicación impregnan todos los quehaceres de la vida de las personas, de ahí la importancia que cobran los procesos de alfabetización tanto informacional como digitales que provea de las herramientas necesarias tanto para el procesamiento de la información como para el manejo técnico de las mismas, lo que lleva a plantear un modelo educativo que contemple las diferentes dimensiones: la tecnológica, la pedagógica y la administrativa en los procesos de formación.</p>	<p>La comunidad virtual como un público estratégico relevante y llama la atención sobre la necesidad que tiene la comunicación digital de las organizaciones de adoptar como parámetro la filosofía de la comunicación integradas a través de una adecuada planeación.</p>	<p>Signo y pensamiento. 7/1/2007, Vol. 26 Issue 51, p26-37. 14p. 9 Black and White Photographs, 6 Illustration</p>
<p>EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN AMBIENTES INTERNOS: ELEMENTOS ORIENTADOS A OBJETIVOS</p>	<p>Luana María Woida</p>	<p>Se defiende, en el presente texto, que la comunicación es un proceso, cuya eficacia depende de la presencia de objetivos asociados a los elementos que la constituyen y que mantiene en la esfera sociocultural la principal referencia. Por lo tanto, depende esencialmente del comportamiento de las personas y de instrumentos volcados a su gestión. En ese sentido, es necesario establecer los principales elementos e indicar una solución al problema de la comunicación en el</p>	<p>Proceso de comunicación empresarial en ambientes internos: elementos orientados a objetivos</p>	<p>Facultad de Ciencias y Filosofía. UNESP. Enero 1, 2010. Fuente Ibersid</p>

		ambiente organizacional. En este caso, compone la problemática central del texto, la determinación de los elementos esenciales a la comunicación y de qué manera dicha determinación puede ser alcanzada.		
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: SIMETRÍAS Y ASIMETRÍAS EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN	Renato Días Baptista	Los pobres viven en una nueva exclusión asociados con el cambio en la organización en alta velocidad. Además de las máquinas, los sistemas de especialistas, la logística y los factores económicos, las transiciones reconfiguran los conceptos de trabajo. A pesar de toda presión para lograr las necesidades de cambio, cada país tiene una fisura tecnológico-cognitiva. En frente de los impactos, es poco probable que la situación actual se convierta en una contracción. Defendemos la teoría, que la transición tecnológica y cognitiva, deben ser graduales, deben estimular las estrategias de gestión de conocimiento,	Buscaremos comprobar la grande relación entre la comunicación, la cultura y las tecnologías como factores esenciales para el cambio en las organizaciones. Los cambios que ignoran el status que generan la disonancia cognitiva. Teniendo en cuenta que una organización se compone de personas inmensas en una cultura, las estrategias para el éxito de la transición solo en posibles en la aceptación y asimilación de los valores que caracterizan esos cambios.	Chasqui jun2012, Issue 118, p48-51- 4p.
RETOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE	Irene Martín	La sociedad de la información es el marco de las empresas inteligentes u organizaciones que aprenden. Es en estas organizaciones donde adquiere mayor sentido una correcta gestión de la	Una organización que aprende es una organización que gira en torno a los equipos de trabajo, que realiza un aprovechamiento de los recursos con que cuenta para la incursión en una	Signo y pensamiento, ISSN 0120-4823 Vol. 26, N 51, 2007 (Ejemplar dedicado a Comunicación organizacional) págs 52-65

<p>INFORMACIÓN A LA CREACIÓN DE CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL</p>		<p>información, de la que se ocupa la comunicación corporativa. La competitividad que trae consigo la si hace necesario que la comunicación corporativa asuma nuevos retos, nuevas funciones y nuevas estrategias. La información con que se trabaja en las organizaciones y empresas se ha de convertir en conocimiento relevante. Por tanto, en este trabajo presentaremos la conexión de la comunicación corporativa con la gestión del conocimiento, un enfoque orientado a que las organizaciones aumenten su conocimiento organizacional y lo exploten para tener mayor competitividad.</p>	<p>cultura corporativa e innovadora.</p>	
<p>COMUNICACIÓN, LENGUAJE Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	<p>Celsi Bronstrup, Elena Godoi</p>	<p>El trabajo reflexiona sobre conceptos, objetos y un posible paradigma que el área de la comunicación viene desarrollando en sus investigaciones. Pretende examinar si hay una vinculación entre los aspectos teóricos de la comunicación con la comunicación organizacional. Con esta finalidad realiza un estudio bibliográfico de revisión de la literatura sobre investigaciones ya realizadas por autores</p>	<p>La importancia de la comunicación dentro de la organización toma relevancia debido a la necesidad de estar a la altura de los procesos tecnológicos que trae consigo la era digital, en donde los usuarios se encuentran permanentemente en relación con estas, ya que favorecen su día a día y la interacción con quienes le rodean.</p>	<p>Signo y pensamiento. 7/1/2007, Vol. 26 Issue 51, p26-37. 12p. 9 Black and White Photographs, 1 Illustration</p>

		vinculados a las áreas de comunicación, comunicación organizacional y lingüística.		
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: MATRICES TEÓRICAS Y ENFOQUES COMUNICATIVOS	Hilda Saladrigas Medina	La comunicación organizacional es una joven disciplina que tiene sus matrices conceptuales y teóricas en la psicología social, la sociología y las ciencias de la administración, por ello ha sido explicada a través de enfoques mecánicos, psicológicos, sistemáticos, contingenciales, interpretativos y críticos, los cuales han estado escasamente asociados a los cuerpos conceptuales que han estudiado la comunicación masiva a pesar de tener puntos coincidentes. Sin embargo actualmente se aprecian nuevas tendencias en su estudio e interpretación, así como su presencia en lo que se ha dado en llamar campo de la comunicación social	Cercanía al mundo de la gestión empresarial desarrollándose como necesidad patronal de emplear la comunicación como medio para el mejor funcionamiento de los de abajo dentro de las instituciones. Su auge ante competitividad provocada por el neoliberalismo, la globalización tecnológica de la información que a su vez demanda un nivel operatividad en las investigaciones que tienen por objetivo ofrecer información para la toma de decisiones..	Revista Latina de Comunicación Social. Jul2005, Vol. 8 Issue 60, p1-7 7p Article

<p>COMUNICACIÓN Y CAMBIO ORGANIZACIONAL</p>	<p>Ana Arras, José Jáquez, Luz Fierro</p>	<p>La comunicación es un elemento esencial en la vida de las organizaciones ,gracias a este proceso, a través del cual se ponen en común las experiencias y vivencias del ser humano, es posible que las personas realicen acciones conjuntas, generen acuerdos, compromisos y participen en el cambio organizacional. En esta investigación se tiene como propósito analizar a través de las circulares abiertas en forma de cartel la influencia que tienen las comunicaciones como estrategias de poder en el cambio organizacional.</p>	<p>Así mismo, existe demostración sobre el papel tan importante que tiene la comunicación cuando se están realizando cambios, por lo que se considera ha de ser parte integral de las estrategias que se utilizan para dar a conocer al personal los problemas y retos que la organización enfrenta, así como reducir la incertidumbre. Elving, 2005</p>	<p>Revista Latina de Comunicación Social. Ene 2008, Vol. 11 issue 63, p418-434. 18p. Article</p>
<p>LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORIENTADA AL DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL</p>	<p>Enrique Arellano Aguilar</p>	<p>El propósito de este texto es construir una propuesta metodológica en torno a la estrategia de comunicación enfocada a la cultura organizacional. Para ello, se reflexiona sobre dos conceptos que se encuentran íntimamente ligados para la realización de esta tarea: la cultura y la comunicación.</p>	<p>Se hace necesario educar a la sociedad para que el uso de las nuevas tecnologías sea el adecuado en los diferentes ámbitos de sus actividades. No basta con proporcionar las herramientas tecnológicas sino se realizan inducciones educativas que permitan sacarle el mayor provecho a estas herramientas innovadoras, que traen características como la rapidez, dinamismo y eficiencia en la emisión del mensaje.</p>	<p>Razón y palabra, ISSN-e 1605-4806, N Extra 1.2008</p>

Anexo 4. Aplicación Móvil Universidad de los Andes



! Notificaciones:

Los estudiantes pueden recibir notificaciones de nuevos anuncios, notas disponibles.

Disponibles para iOS 4.3 o superior y Android OS 2.2 o superior



! Anuncios

Los profesores pueden publicar anuncios en Sicua Plus Móvil y los estudiantes podrán recibirlos al instante.

Contenido

Los estudiantes pueden acceder a los contenidos subidos por los instructores, utilizando SicuaPlus Móvil o cualquier otra aplicación que soporte dichos documentos.





Calificaciones



Los estudiantes pueden ver las notas mediante la herramienta calificaciones.



Foros

Los estudiantes y los profesores pueden leer y contribuir a los foros de SicuaPlus Movil.



Exámenes

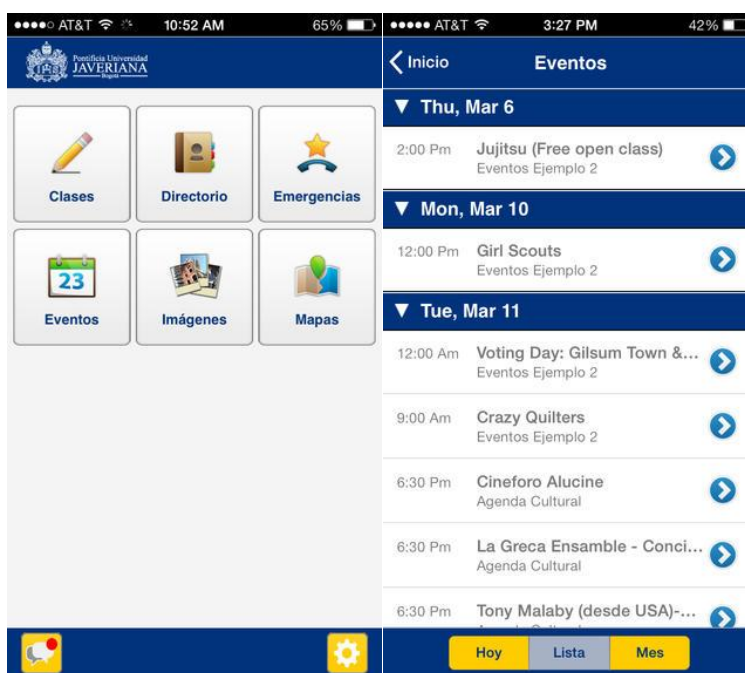
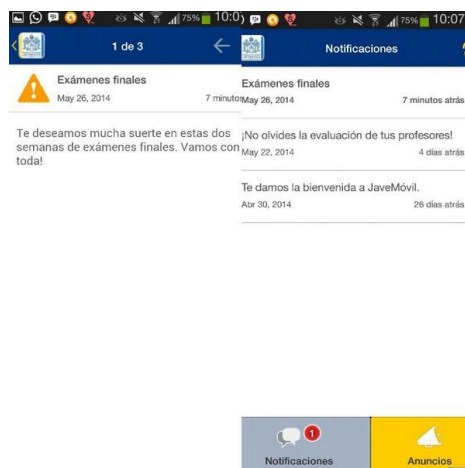
Ahora los estudiantes podrán resolver los exámenes que sean compatibles con dispositivos móviles a través de su celular

Disponibles para iOS 4.3 o superior y Android OS 2.2 o superior

ANEXOS 5. Aplicación Móvil Universidad Javeriana



JaveMóvil



Anexo 7. Validación de instrumentos: Guión de Cuestionario

Validación de Cuestionario

Yo Luxelvira Gamboa García identificado con CC 30.204.797 de Barbosa Santander certifico haber leído y revisado el guión del cuestionario del proyecto “PROPUESTA PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LOS ESTUDIANTES EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL” Proyecto desarrollado por Marcela Aguilar Salcedo, Melissa Blanco Palacin y María José Solano Castaño; estudiantes de la Universidad de Cartagena quienes, con esta investigación, optan al título de comunicadores sociales y después de esto lo declaro como instrumento válido para ser ejecutado como instrumento de recolección de información.

Fecha de revisión: Octubre 23 de 2014

Firma _____

Anexo 3. Consentimiento de autorización.

Consentimiento de autorización.

Autorización para ser entrevistado(a) con el fin de brindar información útil y de uso exclusivo para el proyecto de investigación “PROPUESTA PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LOS ESTUDIANTES EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL” Proyecto desarrollado por Marcela Aguilar Salcedo, Melissa Blanco Palacin y María José Solano Castaño; estudiantes de la Universidad de Cartagena quienes, con esta investigación, optan al título de Comunicadores Sociales. Autorizo que, para efectos de obtener la información precisa, esta entrevista sea grabada en audio y pueda ser reproducida en caso de ser requerida para efectos de verificación del trabajo de grado.

Fecha _____

Firma _____