

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO EN LA
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
NEIVA 2015**

LAURA MARÍA VILLEGAS RUEDA

SINDY LORENA MURCIA BURGOS

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

NEIVA, 2015

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO EN LA
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
NEIVA 2015**

LAURA MARÍA VILLEGAS RUEDA

SINDY LORENA MURCIA BURGOS

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Comunicador
Social y Periodista

Asesor
CARLOS ARTURO MONJE ÁLVAREZ
Magister en Comunicación

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
NEIVA, 2015

NOTA DE ACEPTACION

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Neiva, Abril de 2015

DEDICATORIA

A DIOS por ser el guía de nuestras vidas y el principal soporte en este camino.
A nuestros padres por su apoyo incondicional y paciencia.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos:

A la UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA, Programa de Comunicación Social y Periodismo.

Al profesor Carlos Arturo Monje Álvarez, asesor de este trabajo, por su dedicación y por brindarnos tan valiosos conocimientos.

A los docentes, Juan Carlos Acebedo y Jaqueline García Páez por permitirnos hacer parte de la comisión para la creación de la maestría y ofrecernos las herramientas necesarias para enriquecer nuestro conocimiento y su vez este estudio.

A la Jefe De Programa Zulma Marcela Muñoz Velasco por habernos escuchado y haber contribuido a la culminación de este proceso.

A las secretarias del Programa de Comunicación Social y Periodismo quienes siempre nos aconsejaron y ayudaron a mantener la calma y a todas las personas que aportaron en la elaboración de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN	3
1. GENERALIDADES	5
1.1 ASPECTO GEOGRÁFICO	5
1.2 ASPECTO ECONÓMICO.....	6
1.3 ASPECTO EDUCATIVO.....	8
1.4 ASPECTO CULTURAL.....	12
2. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS	14
2.1 ANTECEDENTES	14
2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS	17
3. METODOLOGÍA.....	21
3.1 TIPO DE ESTUDIO.....	21
3.2 UNIVERSO Y MUESTRA.....	21
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA RECOLECCIÓN DE LOS DATOS.....	21
3.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	23
4. MARCO LEGAL.....	24
4.1 ESQUEMA NORMATIVO DE LA EDUCACIÓN PARA POSGRADUADOS	25
4.2 ASPECTOS CURRICULARES	27
5. NECESIDADES, DEMANDAS Y EXPECTATIVAS PARA LA FORMACIÓN DEL MAGISTER EN COMUNICACIÓN.....	32
5.1 NECESIDADES Y DEMANDAS	32
5.2 EXPECTATIVAS DE LOS POTENCIALES ASPIRANTES.....	33
6. OFERTA EDUCATIVA	44
7. JUSTIFICACIÓN DE LA MAESTRÍA.....	48
7.1 ATENDER A LAS TRANSFORMACIONES DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN.....	48
7.2 PERTINENCIA SOCIAL	49
8. FACTIBILIDAD TÉCNICA	53
8.1 LOCALIZACIÓN.....	53

8.1.1	<i>Macro localización</i>	53
8.1.2	<i>Micro Localización</i>	53
8.2	ESTÁNDARES DE CALIDAD.....	54
8.3	CONCLUSIONES DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	54
9.	FACTIBILIDAD FINANCIERA	55
9.1	INGRESOS.....	55
9.2	EGRESOS.....	57
10.	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN.....	61
10.1	PLAN DE MEDIOS	61
10.2	PUBLICIDAD DIRIGIDA A POTENCIALES DEMANDANTES	61
11.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	62
11.1	IMPACTO SOCIAL	62
11.2	EVALUACION FINANCIERA.....	63
11.3	CONCLUSIONES DE LA EVALUACION FINANCIERA	66
	CONCLUSIONES	67
	RECOMENDACIONES.....	69
	BIBLIOGRAFÍA	70
	ANEXO A: OFICIO DE SOLICITUD DE BASE DE DATOS	74
	ANEXO B: ENCUESTA.....	74

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. INSTITUCIONES CON OFERTA EDUCATIVA EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA.....	9
TABLA 2. INSTITUCIONES CON REGISTRO CALIFICADO Y ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD.	10
TABLA 3. COBERTURA EN EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA.	11
TABLA 4. IMPORTANCIA QUE LE CONCEDE A LOS POSIBLES EJES O COMPONENTES DE LA MAESTRÍA.	38
TABLA 5. IMPORTANCIA QUE LE CONCEDE A LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MAESTRÍA.....	41
TABLA 6. MAESTRÍAS EXISTENTES EN COLOMBIA.	46
TABLA 7. RECURSOS FINANCIEROS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO.	56
TABLA 8. EGRESOS POR CORTE DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO	58
TABLA 9. INGRESOS MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO.	64

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. ORGANIZACIÓN ACTUAL DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA.	19
ILUSTRACIÓN 2. EMPRESA U ORGANIZACIÓN EN LA QUE TRABAJAN LOS POSIBLES ASPIRANTES.	34
ILUSTRACIÓN 3. SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN CON LA QUE TRABAJA(Ó) %.	35
ILUSTRACIÓN 4. CARGO QUE SE ENCUENTRA DESEMPEÑANDO O DESEMPEÑÓ %.	36
ILUSTRACIÓN 5. TIPO DE MAESTRÍA QUE PREFIERE.	37
ILUSTRACIÓN 6. CONTENIDOS TEMÁTICOS QUE CONSIDERA DEBEN INCLUIRSE EN EL PLAN DE ESTUDIOS.	40
ILUSTRACIÓN 7. EXCEDENTES PROYECTADOS DE LA MAESTRÍA DE LO PÚBLICO	60

RESUMEN

El presente trabajo de grado, tuvo como propósito determinar la viabilidad de creación de una maestría en Comunicación adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Surcolombiana de Neiva. Para dar cumplimiento a este objetivo, se llevó a cabo una investigación de carácter descriptivo utilizando una encuesta como técnica de recolección de información, además de talleres dirigidos a egresados del Programa de Comunicación Social Y Periodismo de la Universidad Surcolombiana. La encuesta se le aplicó a una muestra de cien profesionales en Comunicación y áreas afines. El procesamiento de la información se efectuó mediante el uso del SPSS y la presentación de tablas y gráficas mediante Excel.

Las técnicas de investigación demostraron de manera representativa, que la mayoría de las personas encuestadas estudian por su cuenta para mejorar la formación profesional, en este momento la mayor parte de estas personas cuentan con un empleo en empresas privadas que tienen que ver con medios de comunicación y empresas comunicativas; además, optarían por una maestría mixta de modalidad presencial y los temas de mayor interés son planificación y gestión de la comunicación, comunicación en las organizaciones y tecnologías de la información y la comunicación TIC'S. También, un número considerable de la muestra manifiesta que autofinanciaría la matrícula de la maestría.

La creación de esta maestría es viable según los datos obtenidos en la investigación ya que se atenderán las necesidades y demandas del entorno y los intereses y requerimientos de los entrevistados. La maestría en comunicación de lo Público buscará alianzas estratégicas con instituciones de carácter nacional e internacional. Cabe destacar, que el Programa de Comunicación Social y Periodismo que es de donde nace esta propuesta, es un programa académico que cuenta con acreditación de alta calidad y el costo total que tendrá la oferta de educación posgraduada es razonable para la institución a la cual pertenece, puesto que es de carácter de público y está ubicada en una zona del país que hasta el momento ha sido altamente afectada por la violencia que vive el país.

Palabras clave: Educación, Maestría, Investigación, Estrategias, Profesionales.

SUMMARY

This current degree Project had as a main objective to determine the feasibility of the creation of a Master's degree in communication, attached to the Faculty of Social and Human Sciences of the University Surcolombiana, based in Neiva. In order to achieve this goal it was necessary to develop a descriptive research using the Survey as the technic for gathering information. In addition, some workshops were carried out targeted on graduates from Social Communication and Journalism.

The survey was conducted among one hundred people, all of them professionals in Communication and related fields. Data collection and presentation of graphic data processes were conducted through the use of two different computer software, SPSS and Excel.

The research techniques established in a representative way that most of the surveyed people study in a non-formal way to increase their knowledge in order to improve their professional skills, in this moment most of the people are employed by private companies related to means of communication and communication companies; also, they would prefer to enroll a face to face blended master degree pointing as the most interesting topics: strategic communication management, Organizational Communication and Information and Communication Technologies ITC. Additionally, a large number of the surveyed group would afford to self-finance the master degree.

According to the results of the research, the establishment of a Master's degree it is feasible due to the demand of the surrounding location and interests and requirements for the surveyed group. "Public Communication" master degree will search for strategic alliances with national and international institutions. As a highlight point, Social Communication and Journalism program which this proposal is born, is provided by high quality accreditation and the total cost for the post graduate educational offer is reasonable according to the institution it belongs due to its public nature and location, a zone in the country which has been strongly affected by the violence.

Key words: education, research, strategies, professionals, master's degree.

0. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado es un estudio de factibilidad que hace parte del proyecto de creación de la Maestría en Comunicación de lo Público adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Surcolombiana. Surge ante la carencia de ofertas de maestrías en el campo de la comunicación a nivel regional y la necesidad de facilitar el acceso a un número creciente de comunicadores sociales, periodistas y profesionales afines, egresados de esta universidad y provenientes de otras regiones del país. Dicho estudio tuvo como principal objetivo determinar la viabilidad de creación de una maestría en comunicación, mediante la identificación de los retos y demandas comunicativas de la sociedad y la región Surcolombiana, de los profesionales, las empresas y las organizaciones demandantes de los servicios del profesional a formar.

Este estudio de factibilidad también estuvo encaminado a identificar los potenciales demandantes de la maestría, sus perfiles profesionales, las preferencias académicas y las fuentes de financiación.

Este estudio es importante porque aportó conocimiento sobre las necesidades y demandas de la región en materia de formación posgraduada, de los requerimientos de la actividad laboral y además ayudó a determinar las características de la propuesta de maestría, qué orientación tendrá, y cuáles son los potenciales demandantes de la misma. Además se estableció que con la apertura de la maestría se amplía la cobertura educativa de nivel superior por parte de la Universidad Surcolombiana. Por otro lado, la creación de la maestría traerá beneficios para los diferentes sectores de la comunidad, como el comercio, la educación, la industria entre otros, ya que se fomentará de manera constante el uso de herramientas tecnológicas inutilizadas en muchos de estos sectores por falta de conocimiento, tales como el uso de las TIC'S. Con la maestría en comunicación, se podrá contar con un recurso humano indispensable que oriente a la comunidad, en el uso adecuado de tales herramientas tecnológicas, lo cual favorecerá mutuamente a los estudiantes del postgrado, como a la comunidad.

Para su realización, se consultaron diferentes estudios de factibilidad y perfiles de formación de importantes maestrías internacionales como el “Estudio de factibilidad y pertinencia para la creación de una nueva oferta educativa de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo”, también una experiencia de la Universidad Centroamericana de Honduras (UCA). Algunas experiencias de maestrías de carácter nacional como el programa de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Universidad Minuto de Dios y una de la universidad Santo Tomás que lleva el mismo nombre del anterior programa. En la región Surcolombiana se hallaron estudios de factibilidad de maestrías que aunque no son en Comunicación resultaron pertinentes para entender la dinámica de la región puesto que fueron desarrolladas en la Universidad Surcolombiana. Tales maestrías son “Conflicto, Territorio y Cultura” adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, maestría en ingeniería de petróleos con énfasis en crudos pesados y maestría en derecho público.

El estudio de factibilidad contiene información general que permite entender el contexto en el cual estará situada la maestría, seguidamente se hace referencia a los antecedentes de carácter nacional e internacional sobre maestrías similares a la que se va a crear, incluidos algunos fundamentos teóricos que sirvieron de soporte para la realización del estudio. Adicionalmente, se presentan los aspectos metodológicos propios de este estudio, seguidos por el marco legal que da cuenta de las normas que rigen la educación posgraduada y lo más importante, los capítulos relacionados con las necesidades y demandas de formación, las ofertas educativas que hay en la región, la justificación de la maestría, finalizando con el capítulo relacionado con factibilidad financiera, factibilidad técnica y las estrategias que se implementarán para difundir esta oferta de educación posgraduada.

1. GENERALIDADES

En este capítulo se presenta información básica relacionada con los aspectos más importantes en materia de Geografía, Economía, Educación y Cultura del Departamento del Huila que es el territorio en el cual está ubicada la Universidad Surcolombiana y por ende la sede del programa de Maestría en Comunicación de lo Público de cuya viabilidad da cuenta este estudio.

1.1 ASPECTO GEOGRÁFICO

El Departamento del Huila está localizado al suroccidente del país en la región andina. Su capital es Neiva, considerada una de las ciudades más importantes del Sur del país. En este departamento se destacan grandes unidades fisiográficas como el Macizo Colombiano, la Cordillera Central, la Cordillera Oriental y el Valle del Río Magdalena. El Macizo Colombiano es el lugar donde se origina la Cordillera Oriental y nace el río más importante del país, el Magdalena. La geografía del Huila es muy diversa y presenta todos los pisos térmicos (templado, frío, de páramo, húmedo y seco). (Gobernación del Huila, 2005).

En lo que a Neiva se refiere, es una ciudad de clima caliente, con una temperatura que oscila entre los 27° C y los 34° C. Por ella pasa el río Magdalena, en torno del cual se desarrollan diversas actividades que se han convertido en la fuente de ingresos de muchos habitantes. Además es atravesada por el río las Ceibas, que surte el acueducto de la ciudad; también pasa por Neiva la quebrada La Toma. Es justo en esta ciudad donde se desarrollará la Maestría en Comunicación De lo Público.

Neiva es la principal ciudad del suroccidente colombiano, ya que además de ser el puerto de conexión para las ciudades capitales de Florencia, Mocoa, Puerto Asís, Popayán y Pasto, es el eje de la economía de los departamentos del Huila, Caquetá y Putumayo. Estos son factores que convierten a Neiva en una ciudad de Interés para la sociedad, una ciudad en la cual hay mucho por explotar en todos los aspectos.

1.2 ASPECTO ECONÓMICO

La economía del departamento del Huila se basa principalmente en la producción agrícola y ganadera, la explotación petrolera y el comercio. La agricultura se ha desarrollado y tecnificado en los últimos años y sus principales cultivos son café, algodón, arroz riego, fríjol, maíz tecnificado, maíz tradicional, sorgo, cacao, caña panelera, plátano, yuca, iraca y tabaco. Los campos de petróleo se encuentran en el norte del departamento y para la distribución de gas está conectado por el gasoducto Vasconia – Neiva en donde las reservas representan el 1.2% del total nacional (Gobernación Del Huila , 2005).

El sector primario de la economía departamental se define principalmente por la producción cafetera, el Huila es la primera zona del país con el mayor volumen de producción del grano, superando a los departamentos del eje cafetero (Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda). Entre 2003 y 2006, la participación del PIB cafetero del Huila en el total nacional aumentó de 10.07% a 13.50%. El comité Cafetero del Huila, contó que la renovación de los cultivos con variedades resistentes a la roya, de la mano con la especialización de los cultivadores en la producción de un grano de carácter especial, ha llevado al departamento a convertirse en el primer productor de café especial del país en la última década. (Wikipedia , 2015)

Otro aspecto importante en la economía del Departamento del Huila, principalmente en el norte es el cultivo del arroz que ocupa cerca de 29.180 hectáreas con rendimientos cercanos a la productividad más alta del país. Por otro lado, también se encuentran cultivos de fríjol y maíz tradicional y todos los municipios en donde estos productos son cultivados presentan márgenes de rentabilidad aceptable. Finalmente vale la pena mencionar las plantaciones de cacao que ocupan más de 9.686 hectáreas, las cuales están siendo sustituidas por cultivos más rentables como el arroz debido al deterioro en los precios y a los márgenes de rentabilidad que no alcanzan el punto de equilibrio. El Departamento del Huila es el primer productor nacional de granadilla, lulo, maracuyá y badea; el segundo productor de pitahaya y uva; además se destacan los cultivos de mora, tomate de árbol, melón, cholupa y otros cítricos. (Wikipedia , 2015)

El sector secundario de la economía del Departamento del Huila se basa en que un segmento de la población desarrolla actividades industriales o agroindustriales que se concentran en Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata. En la Subregión norte cobra importancia la industria de hidrocarburos, la agro-industria arroceras y cafetera y la minería del mármol, calizas y dolomitas. El departamento tiene un área de 1.193.000 hectáreas con posibilidades de hallar petróleo, lo cual corresponde al 61% del territorio en roca sedimentaria, de las cuales se han explotado hasta el año de 1997 la quinta parte. Sin embargo, la producción de petróleo y gas del departamento del Huila es marginal con respecto a la producción global. (Wikipedia , 2015)

Los campos de petróleo se encuentran en el norte del departamento y para la distribución de gas está conectado por el gasoducto Vasconia – Neiva en donde las reservas representan el 1.2% del total nacional. Neiva es junto a Barrancabermeja las primeras ciudades de Colombia a finales de la década del 70 en usar el gas natural para el consumo domiciliario y vehicular. Desde hace muchos años el gas natural domiciliario está masificado en todos los municipios del Departamento. En la cordillera Central se extrae plata y oro, este último se explota en 13 municipios. Otros minerales no preciosos que se explotan son cuarzo, calcita, mármol y azufre. La producción artesanal es muy laboriosa, especialmente la de cerámica y sombreros. La industria fabril está poco desarrollada, no obstante, en Neiva se han instalado fábricas de productos alimenticios, bebidas, jabones, cigarrillos y licores. (Wikipedia , 2015)

Por su parte, el sector terciario de la economía del Huila se halla principalmente con mayor notoriedad en Neiva, Pitalito, Garzón y en menor escala en los municipios de Gigante, Campoalegre y La Plata. (Wikipedia , 2015)

Este sector es el más grande del Departamento puesto que el sector primario y el secundario no cuentan con mucho desarrollo, además poseen una infraestructura insipiente. A raíz de lo anterior, las actividades de un gran número de personas han derivado hacia un comercio de carácter informal y poco estable en el tiempo. La población que ha tomado el comercio como actividad de la cual obtiene los ingresos para suplir sus necesidades en su mayoría ha tenido limitaciones para acceder a la educación superior.

El Departamento Del Huila requiere que la administración de turno, apoyada por instituciones del estado desarrolle proyectos para mejorar la infraestructura existente en los sectores primario y secundario, además de establecer la educación como el elemento clave para el despegue definitivo de la región.

Por otro lado, el transporte sin contar con una infraestructura vial acorde a las necesidades ha crecido de manera considerable y se ha abierto de manera importante a casi todo el país. Estas actividades ocupan gran parte de la población y son un sector con proyección e importancia en la economía del Huila.

1.3 ASPECTO EDUCATIVO

El Departamento del Huila cuenta con instituciones de carácter público y privado, que comprenden todos los niveles, desde pre jardín, jardín, básica primaria, secundaria, técnica y formación superior.

El gobierno del departamento del Huila tiene como objetivo contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación en todos los niveles, mediante la implementación de estrategias de fortalecimiento, adquisición y mejoramiento de infraestructura y tecnología, además de apoyar el acceso de los jóvenes y adultos a la educación superior.

La educación superior en el Departamento no tiene muchas ofertas y menos si se habla de educación posgraduada como tal. La única institución de carácter público y con oferta de maestrías, en donde además el acceso es menos limitado en sentido económico es la Universidad Surcolombiana, considerada una de las más importantes de la región sur, lleva 45 años contribuyendo al desarrollo regional y nacional. Actualmente dicha Universidad cuenta con nueve con acreditación de alta calidad, entre ellos el de Comunicación Social y Periodismo, que es de donde nace la propuesta para la creación de la Maestría en Comunicación de lo Público. Cabe destacar que es la única institución pública que está formando comunicadores en el departamento. Actualmente la Universidad CUN y la Universidad Minuto de Dios también ofrecen este programa pero son de carácter privado. Por su parte la Universidad Cooperativa de Colombia contaba con esta carrera en la ciudad de Neiva pero fue suprimida hace ya algún tiempo. Dichas instituciones no están

fortalecidas en programas de maestría por lo menos en estas sedes; por tanto la Universidad Surcolombiana posee ventajas, pues el programa académico que busca crearse será el único que contribuirá a la actualización profesional y educativa de profesionales de la comunicación y áreas afines en toda la región, además pertenecerá al programa de Comunicación Social y Periodismo de la misma universidad, un programa de lujo puesto que tiene acreditación de alta calidad y además se ofrece en dos sedes de dicha institución; estos son factores que aportan de manera positiva a la construcción de la maestría.

A continuación, se relacionan las instituciones de educación superior que tienen oferta en el Departamento del Huila:

Tabla 1. Instituciones con oferta educativa en el Departamento del Huila.

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES)	SECTOR	NÚMERO DE MUNICIPIOS
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPI	PRIVADA	3
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL HUILA – CORHUILA	PRIVADA	1
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA	PRIVADA	1
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON	PRIVADA	1
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – ESAP	PRIVADA	6
FUNDACIÓN ESCUELA TECNOLÓGICA DE NEIVA	PRIVADA	1
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA DEL NORTE	PRIVADA	20
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	PRIVADA	1
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO	PRIVADA	1
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA	OFICIAL	3
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD DE LA AMAZONÍA	OFICIAL	1
UNIVERSIDAD DEL TOLIMA	OFICIAL	4
UNIVERSIDAD EAN	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD	OFICIAL	3
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	PRIVADA	1
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA	OFICIAL	4

FUENTE: MEN-SNIES, Fecha de corte: Mayo de 2014

De la anterior tabla se puede concluir que en el Departamento del Huila hasta Mayo del año 2014 se encontraron 20 instituciones educativas con ofertas de educación superior, de las cuales 7 tienen sedes en algunos municipios del departamento y 5 son de carácter oficial. Entre ellas, encontramos la Universidad Surcolombiana.

A continuación se presenta el número de programas con registro calificado y acreditación de alta calidad en el Departamento del Huila

Tabla 2. Instituciones con registro calificado y acreditación de alta calidad.

MUNICIPIO	IES ACREDITADAS	PROGRAMAS DE REGISTRO CALIFICADO	PROGRAMAS CON ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD
NEIVA		109	9
RESTO DE MUNICIPIOS	0	27	0
TOTAL DEPARTAMENTO		136	9

FUENTE: MED – SACES. SENA FECHA DE CORTE: MARZO DE 2014

En la anterior tabla, se puede apreciar que en el Departamento del Huila no existe ninguna institución acreditada. Sin embargo, en Neiva hay 109 programas que cuentan con registro calificado y en el resto de municipios hay 27 con la misma condición; es decir, hay 136 programas con registro calificado en el Departamento del Huila. Por otro lado, en la ciudad de Neiva hay 9 programas que cuentan con acreditación de alta calidad.

El siguiente cuadro muestra la cobertura en educación superior del Departamento del Huila.

Tabla 3. Cobertura en educación superior en el Departamento del Huila.

CAPITAL /DEPTO	POBLACIÓN 17-21 AÑOS	MATRÍCULA OFICIAL	MATRÍCULA PRIVADA	MATRÍCULA TOTAL	TASA DE COBERTURA
NEIVA	31.865	13.209	10.772	23.981	73,6%
GARZÓN	9.178	1.389	113	1.502	16,4%
LA PLATA	6.099	1.771	2	1.773	29,0%
PITALITO	12.202	4.001	103	4.104	33,4%
DEPTO. HUILA	111.335	22.782	11.050	33.832	29,9%

Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente matrícula y tasa de cobertura MEN-SNIES-. Incluye datos SENA. Fecha de corte: 31 de enero de 2013. *Cifras preliminares

Según la información presentada en la anterior tabla, en el Departamento del Huila hay 111.335 estudiantes entre los 17 y los 21 años de edad, siendo Neiva el municipio en donde están la mayoría de estos, con una población de 31.865 personas, seguido por el municipio de Pitalito, Garzón y La Plata respectivamente. Existen en Neiva 13.209 personas que han pagado su matrícula en instituciones de carácter oficial y 10.772 en instituciones privadas, es decir, hay 23.981 personas estudiando. Este municipio tiene una tasa de cobertura del 74%. Pitalito, posee una tasa de cobertura del 33,4% siendo el segundo municipio del departamento en liderar este aspecto; mientras que los municipios como Garzón y La Plata presentan porcentajes de cobertura más bajos.

La educación superior en el Departamento del Huila como se apreció en la última tabla, tiene una alta cobertura, se debe seguir ampliando la oferta educativa en materia de educación posgraduada con condiciones aptas a los requerimientos del entorno y los cambios que este vaya presentando.

La gobernación del Huila en cabeza de Carlos Mauricio Iriarte expresa apoyo a la Universidad Surcolombiana, en la compra de laboratorios y equipos, con destino a mejorar la calidad de los diferentes programas que la Universidad ofrece a los estudiantes. (Gobernación Del Huila)

1.4 ASPECTO CULTURAL

A lo largo del tiempo se han desarrollado estudios referentes al ámbito cultural de las regiones y su forma de vida.

Un estudio pertinente es el realizado por la pionera en investigaciones sobre la familia, además etnóloga y antropóloga médica santandereana Virginia Gutiérrez de Pineda, en el que describe características de Colombia y su territorio, ella divide el país por complejos culturales y el Departamento del Huila encaja en el llamado “Complejo Cultural Andino”, a continuación se presenta un análisis sobre la visión cultural de la región en la que se va a situar la Maestría en Comunicación de lo Público.

Según Virginia, esta región se caracteriza por el patriarcalismo, estimulada fundamentalmente por la iglesia, en su empeño de situar al hombre en la familia a la cabeza de las responsabilidades y de los derechos.

Por otro lado, se encontró que los movimientos horizontales en esta región, dejan a la mujer sola en la tenencia, cumpliendo las tareas agrícolas y responsabilizándose de la vida hogareña; esta responsabilidad le confiere autoridad eventual que adquiere estabilidad con la repetición periódica del fenómeno.

Por otra parte, los tejidos le dieron a la mujer un ingreso económico que le permitió afirmar una cierta independencia dentro de la vida familiar, contrarrestando el intento de poner al hombre a la cabeza de la economía hogareña. La función económica del status femenino es

una de las razones que han impedido la total absorción de su autoridad en el hogar por el hombre, pese a los patrones normativos hispánicos que se han superpuesto sobre la estructura familiar. (Buenas Tareas, 2012)

En este apartado cabe mencionar que la cultura está compuesta por muchos más factores, por ejemplo las costumbres y tradiciones. El Departamento Del Huila celebra cada año durante el mes de junio diferentes festividades folclóricas, reinados, entre otras actividades que hacen que esta tierra sea reconocida por sus características propias.

2. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Este capítulo da cuenta de estudios de factibilidad y conceptos acerca de los mismos en los cuales se basó esta investigación, dichos estudios se presentan desde el ámbito internacional, luego nacional y para finalizar se describen estudios regionales. Todos aportaron herramientas y sirvieron de guía para cumplir el objetivo de este trabajo.

2.1 ANTECEDENTES

Los estudios de factibilidad son herramientas que se utilizan para conocer la viabilidad o posibilidad que tiene algo de ser llevado a cabo; dichos estudios permiten establecer las características del contexto y así desarrollar o no la propuesta que se tenga y por la cual se optó por hacer un estudio de factibilidad.

Existen varios estudios de factibilidad sobre programas de educación superior en América Latina. Entre ellos se destacan el “Estudio de factibilidad y pertinencia para la creación de una nueva oferta educativa de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (Ortiz et al., 2010) . En dicho estudio se establecen las necesidades y demandas sociales, la oferta y demanda educativa, niveles socioeconómicos de los posibles aspirantes además de un estudio al mercado laboral; todo esto con el fin de proponer una oferta educativa que contribuya a la formación de profesionales que atiendan las necesidades de la región, estado y país.

Por otro lado encontramos una experiencia en la (Universidad Centroamericana) aquí se destacan puntos afines con la propuesta de maestría en Comunicación de lo Público que se quiere crear desde la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Surcolombiana. Dicha experiencia plantea su objetivo así: “Formar profesionales de la comunicación con alto sentido ético, humanista y comprometidos con la responsabilidad social de comunicar, capacitados teórica y metodológicamente en el análisis de los procesos, prácticas y usos de la comunicación y el periodismo en ámbitos relacionados con los medios masivos y la esfera pública, en correspondencia con la realidad nacional e internacional y mediante la aplicación de las Tics.” Teniendo en cuenta lo anterior, se puede inferir que la semejanza que tiene con la propuesta por la cual se desarrolla este

estudio de factibilidad es notoria, pues en esta última también se busca producir profesionales íntegros y sin censura capaces de resolver los problemas del entorno.

En lo que tiene que ver con Colombia, se destacan dos experiencias de maestría, la primera la de la (Universidad Minuto De Dios) que cuenta con un programa educativo en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social; esta maestría tiene como objeto: “Formar a investigadores y profesionales con capacidad de desempeñarse en múltiples escenarios académicos, políticos y empresariales y que emprendan planes y programas de comunicación que propendan por un desarrollo humano y social “. Teniendo en cuenta lo arriba señalado, existe afinidad y semejanza con la propuesta de maestría ya que a través de la comunicación e investigación se mejorarán y promoverán el desarrollo social. Por su parte la universidad (Universidad Santo Tomás) tiene también un programa de educación superior llamado maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social es un programa de formación posgradual, bajo la modalidad de profundización, que ofrece la Facultad de Comunicación Social en la División de Ciencias Sociales. Esta denominación asume pensar en las posibilidades de la comunicación como campo de transformación de las realidades sociales en busca de condiciones de bienestar, dignidad y convivencia, en el marco de los derechos humanos, a partir del concepto de cambio social. Así mismo, asume la articulación comunicación - desarrollo como una práctica dialógica desde las “otras modernidades” y las posibilidades de autodefinición y autodeterminación de los pueblos, buscando fortalecer las ciudadanías y la democracia, para la transformación de realidades que evidencian altos niveles de inequidad y desigualdad social.

En la región Surcolombiana se toma como ejemplo la Maestría en Conflicto, Territorio Y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la (Universidad Surcolombiana) “una maestría que piensa en su región”.

Dicho programa académico surge con el propósito de formar investigadores profesionales para que establezcan los impactos de los conflictos político militar en la naturaleza y en los seres humanos, y en consecuencia propongan alternativas viables, eficaces y oportunas a los mismos.

Sus fundamentos, parten del autorreconocimiento de quienes se forman en ella, para así, abordar procesos para formular propuestas de investigación que precedidas del conocimiento de la región en el marco de las categorías conflicto, territorio y cultura, son el preámbulo para establecer la génesis del conflicto nacional, la definición de modelos de sociedad y de desarrollos, con los cuales los actores formulan tesis que deben producir impactos en la comunidad académica.

Esta maestría muestra la labor investigativa y ganas de promover los procesos comunicativos cambiantes de la región y el país. Además hay que resaltar que en la Universidad Surcolombiana se desarrollaron también otros estudios para la creación del programa de especialización en psiquiatría, la maestría en ingeniería de petróleos con énfasis en crudos pesados y la maestría en derecho público, que aunque no tienen que ver con el ámbito de la comunicación los encontramos pertinentes para la investigación puesto que cada uno, según su campo describe la situación problemática en la región Surcolombiana.

Con estos ejemplos que son del contexto y realidad de la región Surcolombiana hay que destacar que “Dentro de las políticas establecidas en el estatuto de Proyección Social de la Universidad, se contempla la creación de nuevos programas académicos que se caractericen por ser pertinentes para la región, que respondan a las necesidades de recurso humano altamente capacitado para intervenir las problemáticas que sus áreas acción requieren y que se configuren como medio de integración de estudiantes y egresados a los procesos de desarrollo social, investigativo y tecnológico de la universidad, la región y el país. Es así como se hace necesario que las políticas de desarrollo del país que le apuntan a la integración de la ciencia, la tecnología y al desarrollo económico nacional, contribuyan a solventar la demanda existente en el país de una sólida base de profesionales y técnicos, en todos los niveles de formación, pero muy especialmente a nivel de maestría y doctorado, debido a que Colombia adolece de investigadores altamente calificados (Macualo, 2014)

Por todo lo anterior es necesario capacitar, evolucionar y crecer como universidad brindándole a la región personas capacitadas con bases institucionales. Con estos elementos

encontramos que la comunicación es un estudio más de factibilidad para contribuir con el desarrollo social de la región y de la Universidad Surcolombiana sustentado en los cambios y necesidades de la región, en esta ocasión merece toda la atención y canalización, la comunicación con sus cambios y proyecciones. Por otro lado hay que resaltar el tema investigativo, la propuesta a la que se apunta es muy distinta a las demás ofertas y eso la hace única y atractiva para el país y la región.

2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En principio, se debe tener claro el concepto de factibilidad, que se define como la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Wikipedia , 2015)

Alrededor del mundo se han desarrollado estudios de factibilidad para la creación de diferentes programas académicos, centros de estudios, empresas, entre otros. Al inicio de este capítulo se dieron a conocer algunos que como se mencionó, sirvieron de referencia, guía y base para el desarrollo adecuado de este estudio.

Es importante conocer que los estudios de factibilidad muestran un panorama del entorno en el cual se quiere proponer, ejecutar y consolidar los proyectos propuestos. Un ejemplo de cómo se conciben los estudios de factibilidad se puede explicar con el objetivo de uno que se realizó por parte de la Universidad Libre que pretende “establecer la factibilidad de implementar una maestría en Energías Alternativas, inicialmente en Bogotá, identificando las necesidades y requerimientos de la universidad para poder ofrecer el programa, caracterizando al estudiante potencial, en edad, manejo de un idioma, ocupación, preferencia de horario y medio publicitario preferido” (Universidad Libre).

En el desarrollo de los estudios se evalúan aspectos como la factibilidad de la creación e implementación de determinado proyecto, además se mencionan todos los recursos, físicos, económicos y humanos que se necesitan para el funcionamiento del mismo, también normas y procedimientos legales que exigen tanto las universidades como el ministerio de educación nacional en lo relacionado con la creación de programas a nivel

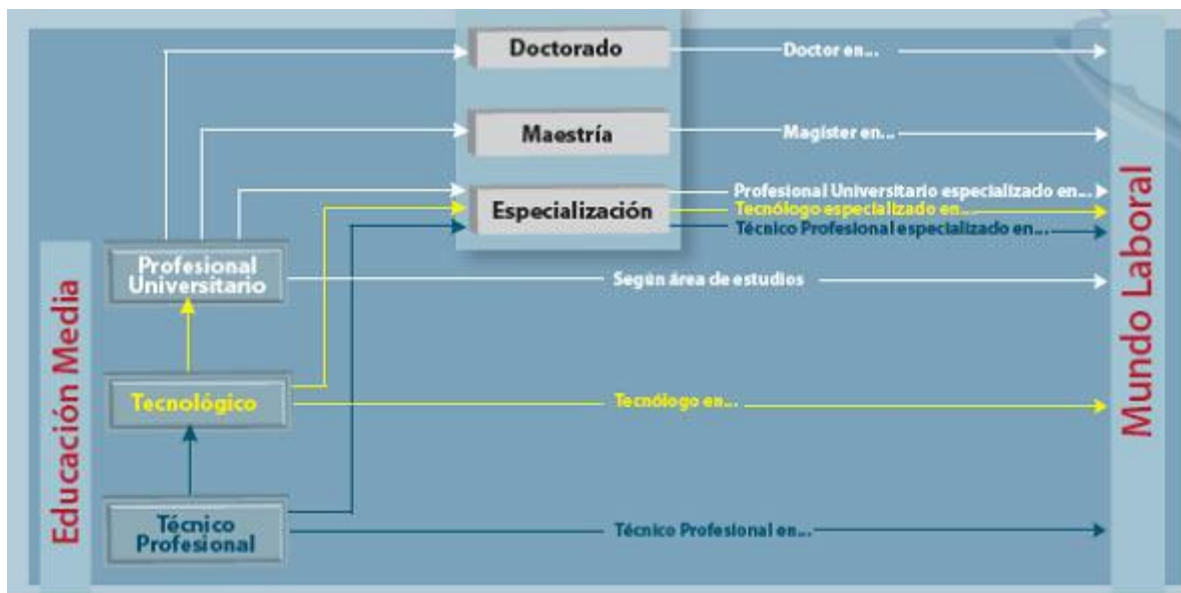
postgrado o los entes que tengan que ver con la naturaleza del proyecto. Para finalizar se hace una evaluación del impacto económico y social del proyecto.

Por otra parte, la factibilidad tiene un propósito de utilización inmediata, En este sentido, la Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL, define el proyecto factible como un estudio que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales. La propuesta que lo define puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos, que sólo tienen sentido en el ámbito de sus necesidades. (Renie Dubs de Moya et al., 2002, pág. 7)

Los anteriores conceptos establecen con claridad que la factibilidad consiste en un conjunto de actividades relacionadas entre sí y su ejecución alcanzará los logros y objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado. En conclusión, la factibilidad radica en el diseño de una propuesta dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el entorno.

En cuanto a la educación postgraduada y su importancia, cabe destacar que en Colombia y el mundo es importante la creación de ofertas educativas que suplan las necesidades de la población. El (Consejo Nacional de Acreditación) en su Plan sectorial de Educación 2006-2010: Revolución Educativa plantea la educación como un vehículo para lograr una sociedad más equitativa. Sin embargo, el país requiere, además de más y mejor educación, que ésta sea más pertinente frente a las demandas de los sectores productivos en una economía globalizada. Por ello, en esta oportunidad, el énfasis se hará en la educación como una herramienta para construir un país más competitivo, que permita brindar una mejor calidad de vida a sus habitantes. Trabajar en esa línea fue uno de los compromisos a los que llegó el país entero en el proceso de construcción del Plan Nacional Decenal de Educación 2006 - 2015, el cual es la carta de navegación educativa durante los próximos diez años. Este plan decenal representa un pacto social construido por más de 20 mil colombianos, de todas las regiones, que voluntariamente se dieron a la tarea de reflexionar,

soñar y construir colectivamente un gran acuerdo en torno a las necesidades y anhelos del país en materia educativa. Es así como el Plan Sectorial 2006 - 2010 se constituye en el compromiso del Gobierno de cara a los desafíos plasmados en el Plan Decenal. El Plan Sectorial se desarrolla alrededor de 4 políticas fundamentales: cobertura, calidad, pertinencia y eficiencia; y para cada una de estas políticas se propone una serie de metas y estrategias que se constituyen en el derrotero que orientará la acción del sector educativo durante este cuatrienio, con el fin de avanzar hacia el logro de los macro-objetivos que se propuso la sociedad y el país en la Asamblea Nacional por la Educación" (Consejo Nacional de Acreditación).



Fuente: Consejo Nacional de Acreditación, Plan Sectorial 2006-2010

Ilustración 1. Organización actual de la educación superior en Colombia.

La figura anterior, da cuenta de que la educación media en Colombia está compuesta por nivel técnico profesional, tecnológico y el profesional universitario. Las personas que hayan hecho parte de alguno de estos tres niveles solo llegan al mundo laboral según el área de estudio y en énfasis que hayan elegido para hacer su especialización. Únicamente el

profesional universitario puede acceder a estudios más avanzados como maestrías y doctorados para luego llegar al mundo laboral.

Lo anterior, describe los conceptos sobre estudios de factibilidad y sus componentes, además del panorama educativo del país. La presente investigación está abriendo camino a una nueva oferta educativa en la Región Surcolombiana, mejorando la calidad educativa de los egresados de comunicación social y periodismo y ciencias afines ya que el propósito de la misma no es lucrativo si no suplir las necesidades del entorno graduando profesionales capacitados.

3. METODOLOGÍA

En este capítulo se describe el tipo de estudio con el que se realizó esta investigación, además de los elementos que lo hicieron posible y las técnicas de recolección de datos utilizadas, también se habla de cómo se hizo el análisis de la información que se recolectó.

3.1 TIPO DE ESTUDIO

Se llevó a cabo un estudio de factibilidad de carácter descriptivo orientado a la creación de una Maestría en Comunicación en la Universidad Surcolombiana, adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Como parte del mismo se aplicó una encuesta que aportó información sobre las características de los potenciales demandantes, las necesidades de actualización profesional, sus preferencias en cuanto a la modalidad de la misma, las fuentes de financiación, las áreas de profundización y los ejes o componentes deseables. Igualmente arrojó datos sobre los factores que determinan la elección en materia de formación postgraduada, por parte de los entrevistados, y las competencias en las cuales aspiran formarse.

3.2 UNIVERSO Y MUESTRA

Se aplicó a una muestra intencionada, por cuotas, de cien profesionales que se distribuyeron de la siguiente manera: Treinta Comunicadores Sociales y Periodistas egresados de la Universidad Surcolombiana, Quince Comunicadores Sociales y periodistas de otras universidades del país, diez de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), diez de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), diez Psicólogos, diez Licenciados, cinco Antropólogos, cinco Sociólogos y cinco Publicistas y Diseñadores Gráficos.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA RECOLECCIÓN DE LOS DATOS

La encuesta consta de cincuenta y nueve (59) preguntas, de las cuales tres son abiertas y el resto de selección.

También se realizó un taller con empleadores y profesionales del campo de la comunicación y disciplinas afines que laboran en la región con el propósito de presentar y validar la propuesta de maestría para atender a las necesidades del entorno social y demandas de sus posibles aspirantes.

Dicho taller se llevó a cabo con 15 personas entre egresados y empleadores y tuvo lugar el en Centro de Producción Audiovisual (CPA) del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana. Aquí se expusieron las necesidades y demandas que ya la encuesta había arrojado, el perfil del egresado, los propósitos de formación, roles y compromisos, competencias, plan de estudios y por último hubo un espacio en donde los participantes dieron sus apreciaciones entre las cuales se destacó la expectativa en que el posgrado los capacite en aspectos referidos en técnicas de marketing asociadas a la comunicación empresarial e institucional, y en ese sentido se expresó la inquietud acerca de la necesidad de que la propuesta focalice todavía más su orientación en aspectos más especializados. También, hicieron énfasis en la formación y capacitación en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Por otra parte, hubo quienes dijeron que la Universidad Surcolombiana y específicamente el programa de Comunicación Social y Periodismo se encuentra en deuda con ellos puesto que no les ofrece todavía las posibilidades de continuar con su preparación profesional o que las posibilidades son limitadas.

El día 6 de Noviembre, se realizó el tradicional encuentro de egresados organizado por el Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana que tuvo lugar en el Club Andaquíes de la ciudad de Neiva perteneciente a la Universidad Cooperativa de Colombia. En este espacio se dio también a conocer la propuesta de creación de maestría a la espera de recoger más percepciones.

Por último se llevó a cabo otro taller en la biblioteca de la Universidad Surcolombiana cuyo objetivo siguió siendo el mismo de recibir comentarios de los invitados para ajustar la propuesta y ofrecer algo más acorde a las necesidades del entorno. Este taller contó con la presencia del profesor Fabio López de la Roche, historiador, analista cultural y de medios

de comunicación, PhD en Lenguas y Literatura Hispanoamericana y en Estudios Culturales quien aportó también su opinión valiosa con respecto al diseño curricular de la maestría. El profesor Fabio plantea la pregunta acerca de qué núcleos teóricos se articulan a esta maestría en particular. Advierte que no pueden ser todos, sino aquellos que respondan de mejor manera a sus propósitos y campos de interés. Por otro lado, sugiere vincular al componente teórico y curricular de la maestría, núcleos del pragmatismo, así como de la corriente de los estudios culturales, a fin de propiciar una articulación del conocimiento a la transformación y creación de una sociedad más justa y equitativa.

3.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento de la información se efectuó mediante el uso del SPSS y la presentación de tablas y gráficas mediante Excel, se hizo una codificación del instrumento en donde se relacionó cada una de las preguntas para poder introducir de manera ordenada los datos en el paquete estadístico, luego de esto y por medio de las herramientas que contiene el programa, se pudieron generar las tablas con la respectiva información ordenada sobre cada ítem de la encuesta, además de las tabulaciones que posteriormente se exportaron a Excel y que se utilizaron en algunos apartes de este trabajo cuando se consideró pertinente para sustentar lo que se dice aquí.

Las apreciaciones que resultaron más relevantes del taller con el experto y del encuentro de egresados y que se mencionaron anteriormente, dan cuenta de la expectativa que tienen los egresados y empleadores con respecto a que la oferta educativa supla sus necesidades de formación.

4. MARCO LEGAL

La constitución política de 1991, en su Artículo 67, establece que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente. El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos.

Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo. La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley. (Constitución Política De Colombia)

Por su parte, el Artículo 44 de la Constitución Política Colombiana establece la educación como derecho fundamental de los niños y niñas.

La ley 115 de 1994, señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la Educación que toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra en su carácter de servicio público.

4.1 ESQUEMA NORMATIVO DE LA EDUCACIÓN PARA POSGRADUADOS

La oferta de programas de postgrado está regulada por el Decreto 1001 DE 2006. En su Artículo primero establece que los programas de posgrados corresponden al último nivel de Educación Formal Superior, el cual comprende las especializaciones, las maestrías y los doctorados.

De acuerdo con esta normatividad, para ingresar formalmente a los programas de especialización, maestría y doctorado es indispensable haber culminado estudios de pregrado y haber obtenido el título correspondiente. La institución titular del programa determinará el título requerido para tal fin. Los programas de especialización, maestría y doctorado deben contribuir a fortalecer las bases de la capacidad nacional para la generación, transferencia, apropiación y aplicación del conocimiento, así como a mantener vigentes el conocimiento disciplinario y profesional impartidos en los programas de pregrado, y deben constituirse en espacio renovación y actualización metodológica y científica y responder a las necesidades de formación de comunidades científicas, académicas y a las de desarrollo y el bienestar social.

El capítulo 3 de este decreto hace referencia a los programas académicos de especialización el cual dispone en su Artículo 3 que las especializaciones tienen como propósito la cualificación del ejercicio profesional y el desarrollo de las competencias que posibiliten el perfeccionamiento en la misma ocupación, profesión, disciplina o en áreas a fines o complementarias. El Artículo 4 consagra que las instituciones que pretendan ofrecer programas de especialización deben cumplir las condiciones de calidad contempladas en dicho por cuanto es el que organiza la oferta de programas de posgrados y dicta otras disposiciones. En el Artículo 5 precisa que las instituciones que cuenten con programas de especialización registrados en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior-SNIES- que se encuentren en funcionamiento y que no cuenten con el registro calificado, tendrán un plazo de (18) meses para solicitarlo, contados a partir de la fecha de publicación de este Decreto.

De otra parte el capítulo 5 del citado Decreto menciona los convenios entre instituciones de Educación Superior. Según el Artículo 9: Las instituciones de Educación Superior legalmente reconocidas en Colombia podrán ofrecer y desarrollar programas de especialización, maestría y doctorado en convenio con instituciones de educación superior extranjeras. En todo caso será requisito la obtención del correspondiente registro calificado. Cuando la capacidad de la institución nacional sea insuficiente para desarrollar el programa por sí sola, el apoyo de la institución extranjera debe ir orientado no sólo a suplir dicha capacidad, sino a crear en la institución nacional las condiciones para para el desarrollo del programa y su funcionamiento autónomo. En este sentido, la institución nacional debe presentar un plan del desarrollo del programa en el que se evidencie el cumplimiento de esta exigencia. Según el Artículo 10: Para el otorgamiento del correspondiente registro calificado de los programas de especialización, maestría y doctorado ofrecidos y desarrollados en convenio, el Ministerio de Educación Nacional realizará la evaluación del programa de manera integral y verificará la existencia de los medios y recursos necesarios para el buen desarrollo del mismo. De otra parte el Artículo 11 establece que cuando un programa académico vaya a ser ofrecido y desarrollado en convenio, este deberá incluir las cláusulas que garanticen las condiciones mínimas de calidad, los derechos de la comunidad hacia la cual va dirigida y, sin perjuicio de su autonomía contractual lo siguiente:

- 1) El objeto del convenio, especificando el programa que se ofrecerá.
- 2) Los compromisos de la institución o instituciones en el seguimiento y evaluación del programa académico.
- 3) Indicación del reglamento estudiantil y régimen docente aplicables.
- 4) Responsabilidad sobre los estudiantes en caso de terminación anticipada del convenio.
- 5) Responsabilidad sobre la documentación específica del programa.
- 6) Definición de las condiciones generales de funcionamiento del programa y de las responsabilidades y derechos específicos de cada institución con respecto al mismo.

- 7) Artículo 12: El Ministerio de Educación Nacional otorgará el Registro calificado de los programas de especialización, maestría y doctorado, previa verificación del cumplimiento de las condiciones de calidad y demás requisitos establecidos en este Decreto. El Artículo 13 por su parte señala que para obtener el registro calificado, las instituciones de educación superior deben demostrar el cumplimiento de las condiciones mínimas de calidad que se enuncian a continuación:
- 8) Denominación académica del programa. La denominación y la titulación deben ser coherentes con la naturaleza del área del conocimiento al cual pertenece y con su respectivo nivel.
- 9) Justificación del programa.
- 10) El nivel de complejidad del posgrado que se somete a evaluación.
- 11) La pertinencia e impacto del programa en el marco de un contexto regional, nacional e internacional, en función de las necesidades reales de formación en el país.
- 12) El estado actual de formación en el área del conocimiento, en los ámbitos regional, nacional e internacional.
- 13) Los aportes académicos y el valor social agregado que particularizan el programa.
- 14) La coherencia con la misión y el proyecto educativo institucional.

4.2 ASPECTOS CURRICULARES

Al respecto es necesario presentar la fundamentación teórica y metodológica del programa; los principios y propósitos que orientan la formación; la estructura y organización curricular; las estrategias que permitan el trabajo interdisciplinario y el trabajo en equipo y el modelo pedagógico. Para los programas de posgrados demostrar que hacen uso efectivo de mediaciones y de formas de interacción apropiadas que apoyen y fomenten el desarrollo de competencias para el trabajo autónomo del estudiante.

Para la formulación de los aspectos curriculares se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

1) Organización de las actividades de formación por créditos académicos. El programa debe expresar el trabajo académico de los estudiantes en créditos académicos, según lo previsto en el decreto 2566 de 2003.

2) Selección y evaluación de estudiantes. Establecer con claridad los criterios de selección, admisión y transferencia de los estudiantes y homologación de créditos académicos y definir en forma precisa los criterios académicos de evaluación que sustentan la permanencia, promoción y grados de estudiantes.

3) Personal académico.

- a) El número adecuado de profesores de planta de tiempo completo, dedicados al programa en correspondencia con los criterios de ingreso, permanencia, evaluación, capacitación y promoción, establecidos en sus reglamentos.
- b) Organización académico administrativa que permita la interacción académica del profesorado del programa y su participación en grupos de investigación.
- c) Para los programas de maestrías y doctorados, experiencia de los docentes del programa en investigación, verificable por medio de publicaciones, obras de arte o patentes y en dirección de proyectos y estudiantes de posgrado.
- d) Para los programas de maestría contar con capacidad académica propia o a través de convenios formales, lo cual deberá reflejarse en grupos de investigación en funcionamiento, docentes investigadores de tiempo completo vinculados al programa, proyectos de investigación en ejecución y publicaciones en el área de la maestría propuesta.

4) Investigación

- a) La forma como se desarrolla la investigación y el pensamiento crítico y autónomo que permita a estudiantes y profesores acceder a los nuevos desarrollos del conocimiento. Para tal propósito, la institución debe proveer los medios para desarrollar la investigación y para acceder a los avances del conocimiento.
- b) La existencia de los siguientes aspectos: políticas, programas y proyectos de investigación en ejecución respaldados por las instancias académicas y administrativas de la institución: contactos y convenios con grupos nacionales e internacionales que permitan el desarrollo

de planes de cooperación, intercambio de docentes y estudiantes; evaluación de la investigación, la confrontación de los resultados de la misma y el aprovechamiento de los recursos humanos y físicos.

- c) Para los programas de doctorado debe contarse con capacidad investigativa en el área del doctorado propuesto, la cual debe reflejarse en publicaciones, libros o revistas científicas indexadas, especializadas en dicha área, en el registro de patentes u otras formas de propiedad intelectual y en la participación de los estudiantes en los procesos de investigación.

5) Infraestructura. Contar con una planta física adecuada para el desarrollo de las actividades docentes, investigativas, administrativas y de proyección social, propias del programa.

6) Estructura académico – administrativa. El programa estará adscrito a una unidad académico-administrativa que se ocupe del campo de conocimiento del programa y que apoye su desarrollo. El programa podrá ser ofrecido en forma conjunta por varias unidades de la misma universidad o por varias universidades, en ese caso, la estructura académico-administrativa que coordine las diferentes unidades debe estar claramente definida.

7) Autoevaluación. Establecer los mecanismos mediante los cuales se realizará la autoevaluación permanente y revisión periódica de su currículo y de los demás aspectos que estime convenientes para su mejoramiento y actualización.

8) Políticas y estrategias de seguimiento a egresados. Estas estrategias deben:

- a. Permitir valorar el impacto social del programa.
- b. Facilitar el aprovechamiento de los desarrollos académicos en el área del conocimiento por parte de los egresados.
- c. Estimular el intercambio de experiencias profesionales e investigativas.

9) Bienestar Universitario. Contar con un reglamento y plan general de bienestar que promueva y ejecute acciones tendientes a la creación de ambientes apropiados para el

desarrollo del potencial individual y colectivo de estudiantes, profesores y personal administrativo del programa. Debe contar así mismo con la infraestructura y la dotación adecuada para el desarrollo de ese plan y divulgarlos adecuadamente.

10) Recursos financieros. La disponibilidad de recursos financieros que garanticen el adecuado funcionamiento del programa y que demuestren la viabilidad del cumplimiento de las condiciones de calidad. (Ministerio De Educación Nacional).

El Artículo 10 menciona que para poder ofrecer y desarrollar un programa académico de educación superior que no esté acreditado en calidad, se requiere haber obtenido registro calificado del mismo. El registro calificado es el Instrumento del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior mediante el cual el Estado verifica el cumplimiento de las condiciones de calidad por parte de las instituciones de educación superior. Compete al Ministerio de Educación Nacional otorgar el registro calificado mediante acto administrativo debidamente motivado en el que se ordenará la respectiva incorporación en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, SNIES, y la asignación del código correspondiente. (Ministerio De Educación Nacional)

El Decreto 1295 de 2010 reglamenta el registro calificado de que trata la ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior.

En su Artículo 1, referente al registro calificado menciona que para ofrecer y desarrollar un programa académico de educación superior, en el domicilio de una institución de educación superior, o en otro lugar, se requiere contar previamente con el registro calificado del mismo

El registro calificado será otorgado por el Ministerio de Educación Nacional a las instituciones de educación superior legalmente reconocidas en Colombia, mediante acto administrativo motivado en el cual se ordenará la inscripción, modificación o renovación del programa en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior SNIES.

La vigencia del registro calificado será de (7) años contados a partir de la fecha de ejecutoria del correspondiente acto administrativo

El registro calificado ampara las cohortes indicadas durante su vigencia.

El Artículo 3 por su parte, se refiere a la Extensión de los programas académicos, es decir, la ampliación de su oferta y desarrollo a un lugar distinto a aquel para el cual fue autorizado, manteniendo la denominación académica, los contenidos curriculares y la organización de las actividades académicas. La extensión de un programa académico requiere registro calificado independiente.

El Artículo 4 se refiere a que la institución de educación superior en la solicitud de registro calificado podrá incluir dos o más municipios en los que se desarrollará el programa académico.

Para este efecto, la propuesta debe sustentar la relación vinculante de orden geográfico, económico y social entre tales municipios y hacer explícitas las condiciones de calidad relacionadas con la justificación, la infraestructura, el personal docente, los medios educativos y los recursos financieros para el desarrollo del programa en los municipios que abarca la solicitud.

La institución de educación superior podrá solicitar en igual forma la ampliación del lugar de desarrollo de los programas con registro calificado a municipios con las características enunciadas, con por lo menos dieciocho (18) meses de antelación al vencimiento del registro calificado. Tal ampliación modificará únicamente el lugar de desarrollo pero no la vigencia del correspondiente registro calificado (Ministerio De Educación Nacional)

5. NECESIDADES, DEMANDAS Y EXPECTATIVAS PARA LA FORMACIÓN DEL MAGISTER EN COMUNICACIÓN

Este capítulo destaca las necesidades más relevantes de la región en materia de educación posgraduada. Además habla de cuáles son las transformaciones que debe sufrir la Región Surcolombiana para poder atender a las demandas y expectativas de la sociedad. En este caso, de los posibles aspirantes a la Maestría En Comunicación de lo Público.

5.1 NECESIDADES Y DEMANDAS

La Facultad de Ciencias Sociales y Humanas y la misma Universidad Surcolombiana se unen a la causa de crear programas de educación posgraduada que le apuesten a las dinámicas cambiantes de la región. Así, atender temas de la agenda social, lograr trascender la comunicación de lo público y aportar al desarrollo y cambios de la sociedad.

En dicha medida, a lo que le apuesta la creación de la Maestría en Comunicación de lo Público es a atender las demandas y los retos que tiene la sociedad los cuales están marcados por los intereses del mercado, pero también pretende darle un giro a los campos de la comunicación, permitiendo que los sectores sociales y comunitarios tengan más fuerza y empoderamiento.

Las necesidades y demandas de la Región Sur se enmarcan en diferentes contextos. La necesidad más sentida, desde lo comunicativo y cultural en el Huila está asociada al reconocimiento y la expresión de la diversidad de actores que lo habitan, y se ve afectada en razón a que los medios pertenecen a un mismo conglomerado hegemónico unificados por un pensamiento, ideología o postura común que restringen la libre circulación de ideas y el pluralismo informativo. Por tal motivo la democracia no es una práctica o un proyecto de vida real para los huilenses que aún viven bajo el dominio de los cacicazgos políticos, que son la antinomia a la libertad, la inclusión y la participación en el proceso de comunicación, ya que la forma como se desarrolla la comunicación está profundamente ligada al ejercicio de la democracia de un pueblo. (Carlos Arturo Monje, 2015)

En consecuencia, las necesidades y demandas en las que puede incidir la Maestría en comunicación de lo público en la Región Sur se enmarcan esencialmente en la transformación de la comunicación, vista hoy como negocio, y la cultura como espectáculo e industria, perdiendo toda su connotación y sentido de bien común, social y público. Situación que pone en riesgo la diversidad, las identidades, las memorias, los lenguajes y, por supuesto, la subsistencia cultural de grupos sociales, pueblos y territorios. Además, la concentración de medios descrita anteriormente pone en peligro la independencia de los flujos de información al interior de las culturas y entre éstas.

Las necesidades y demandas llevan entonces a repensar la región Sur y el país en torno a garantizar el acceso universal a la información y los conocimientos, a la educación, el intercambio equitativo de los avances en ciencia y tecnología, la democratización del poder, la soberanía, la identidad territorial y cultural. Asimismo, a buscar soluciones a los problemas de desigualdad, pobreza y violencia, falta de participación, aislamiento, fragmentación e incomunicación entre los sujetos, los pueblos, territorios, culturas y las organizaciones. A viabilizar y consolidar la negociación que sobre la base de un pacto político augure un proceso de paz justo y duradero. Todos estos aspectos adquieren relevancia para la formación de personas, ciudadanos y profesionales que se asuman como actores sociales conscientes, críticos y autónomos para tomar decisiones políticas, sociales y culturales en beneficio de la región y el país. (Carlos Arturo Monje, 2015)

El reto de la academia es entonces plantear una propuesta posgradual crítica, pertinente, de relevancia social, con una clara apuesta por lo público y los procesos de democratización que le den mayor sentido a la universidad, profundidad investigativa y de intervención a los profesionales que forme.

5.2 EXPECTATIVAS DE LOS POTENCIALES ASPIRANTES.

Además de las demandas y retos que la sociedad y el entorno nos plantean, resulta de particular importancia conocer las expectativas de formación de los profesionales a los cuales estará dirigida esta maestría. Para conocer los intereses y expectativas de los posibles participantes se aplicó una encuesta a egresados del Programa de Comunicación Social y

Periodismo de esta institución y de otras universidades, periodistas, profesionales de las ciencias sociales y campos afines a la comunicación.

La muestra, de carácter no aleatorio e intencional, estuvo compuesta por 100 profesionales de las distintas disciplinas mencionadas que se desempeñan en la región y mostraron algún interés por adelantar estudios de postgrado en comunicación.

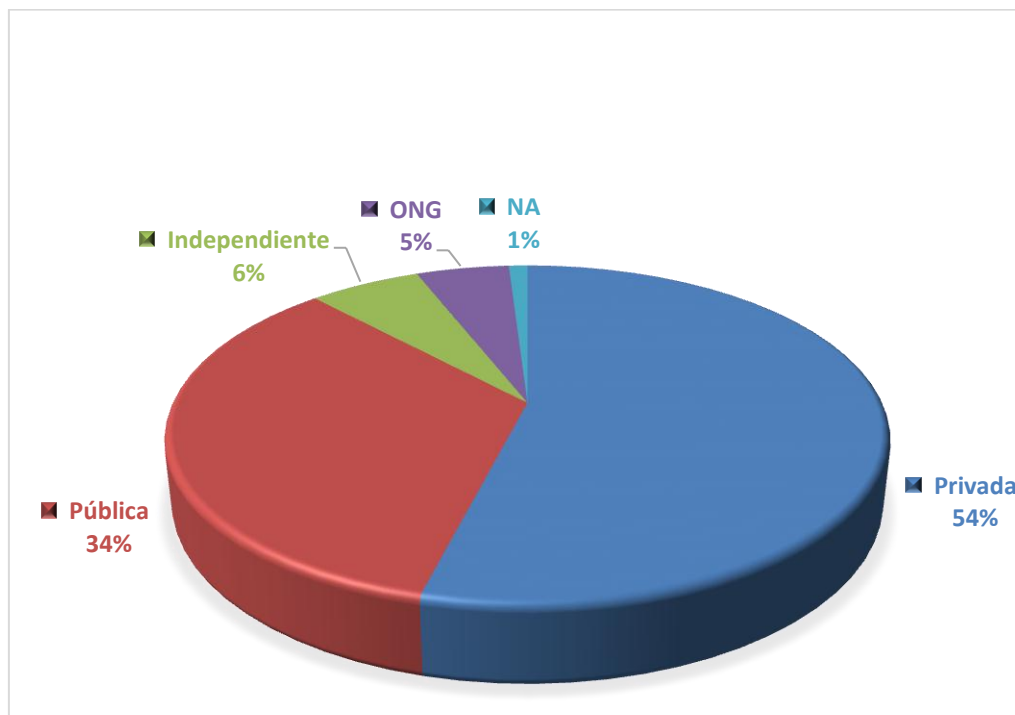


Ilustración 2. Empresa u organización en la que trabajan los posibles aspirantes.

Solo una tercera parte se desempeña en el sector público (34%) y una baja proporción en organizaciones sociales (ONG 5%). El predominio de la actividad privada e independiente si bien es una limitante, si se pretende incidir en las políticas públicas y poner el acento en el interés general de la sociedad (lo público), representa una oportunidad para que desde la comunicación se generen cambios y transformaciones en el desarrollo social que resulten de mutuo beneficio para el empresariado y para la sociedad en su conjunto. El sector privado en nuestros entornos próximos y en sociedades subordinadas a modelos de desarrollo trasnacionales y hegemónicos como lo es la nuestra, debe entender que son necesarios cambios y transformaciones sociales que le abra mayores perspectivas al

desarrollo autónomo a la región y el país. La sociedad se beneficia con un sector privado y empresarial fortalecido cuando este asume su rol con responsabilidad social y es consciente, tolerante y participe de procesos y políticas de inclusión social. (Carlos Arturo Monje, 2015)

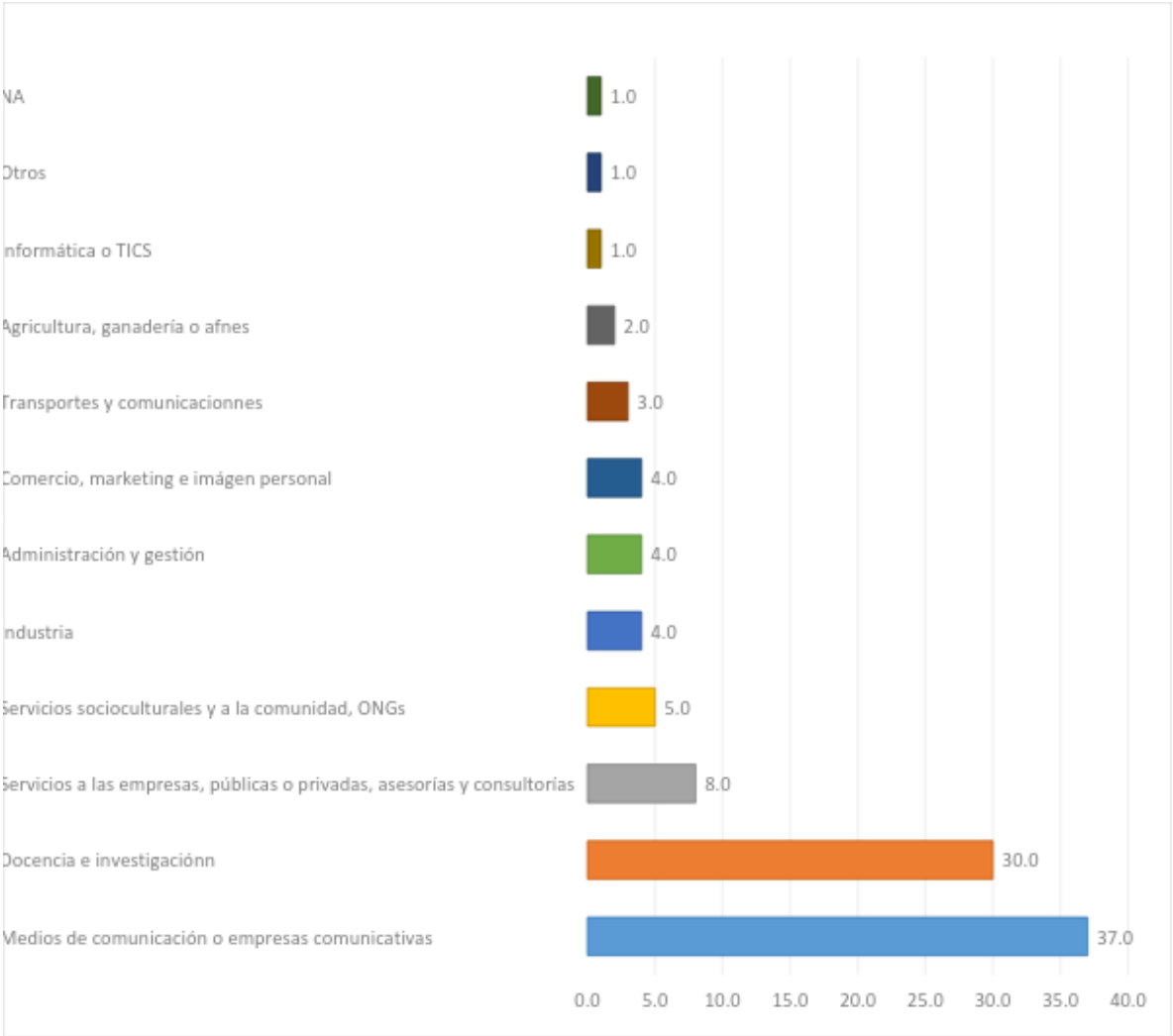


Ilustración 3. Sector al que pertenece la empresa u organización con la que trabaja(ó) %.

Visto por sectores al que pertenecen las organizaciones o empresas donde laboran los posibles aspirantes, se encuentra una importante presencia de los medios y de la actividad académica así como los servicios a las empresas, públicas y privadas, y los servicios socioculturales, lo que brinda mayores oportunidades de incidencia en el panorama descrito en el párrafo precedente.

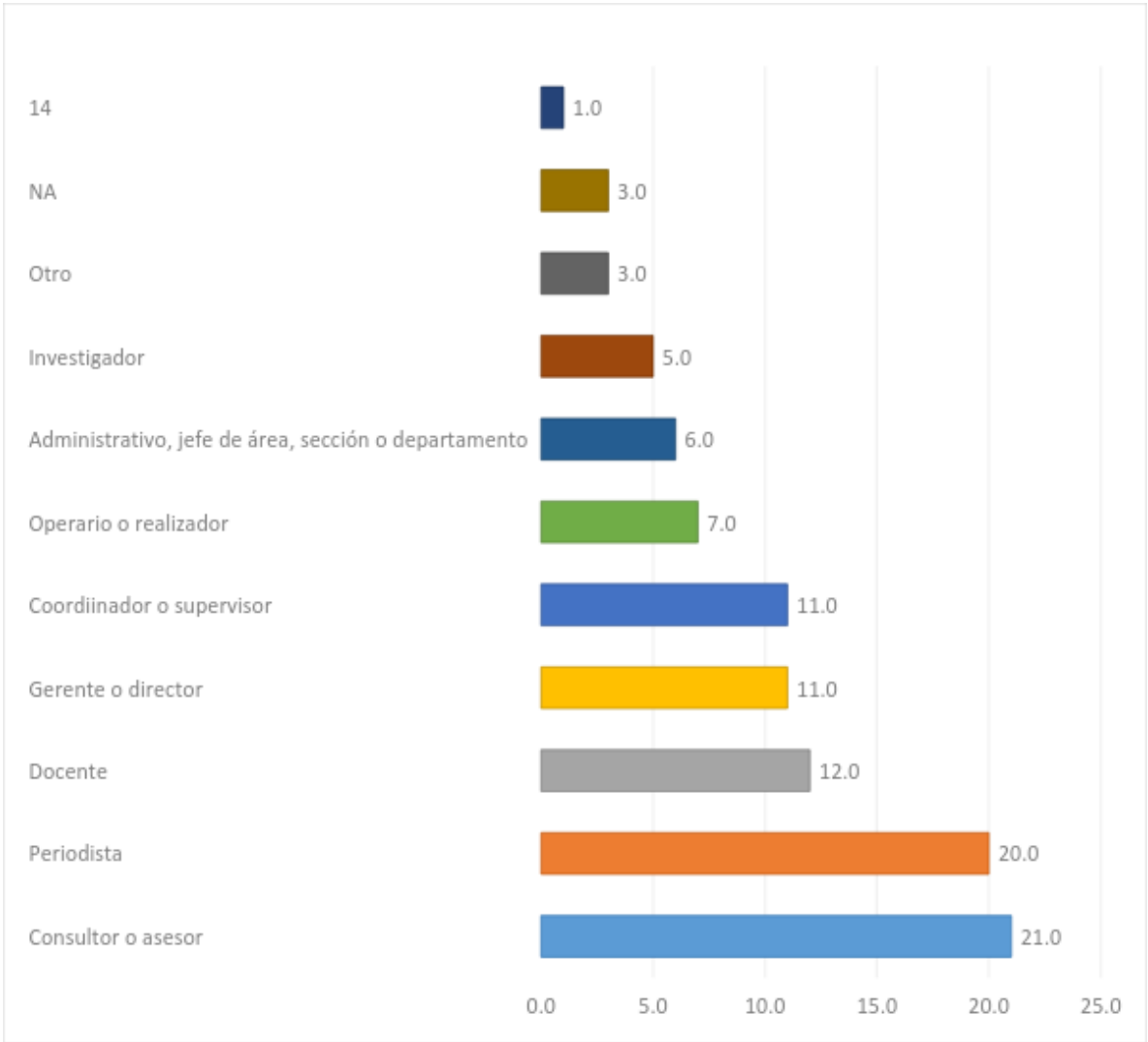


Ilustración 4. Cargo que se encuentra desempeñando o desempeñó %.

Algo similar a la anterior descripción puede decirse con relación a los cargos desempeñados. El hecho de que predominen las actividades de consultoría, asesoría, coordinación y gestión así como la informativa y académica, favorece las posibilidades de incidencia de una maestría que le apueste al desarrollo social y al interés de lo público, en conciliación con los intereses del sector privado.

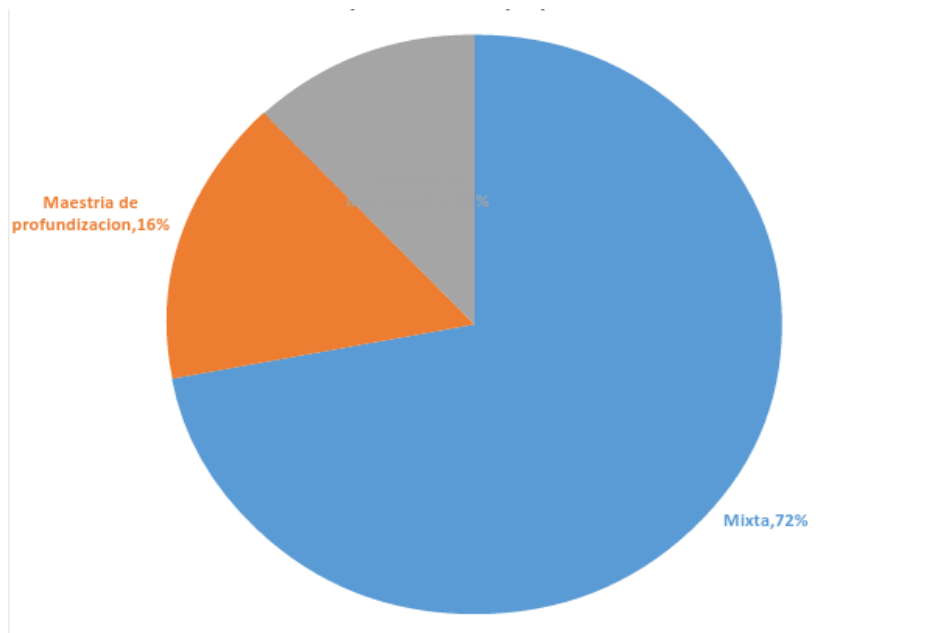


Ilustración 5. Tipo de maestría que prefiere.

Al consultar por las preferencias en cuanto a la modalidad o tipo de maestría que prefieren, el 72% de los entrevistados estime que debe ser mixta, esto es, conjugar la profundización con la investigación. De esta manera, además de mejorar las capacidades y competencias para el ejercicio profesional, se considera necesario disponer de las herramientas conceptuales y metodológicas para la generación de conocimientos, lo cual es un punto importante para el enfoque que se pretende otorgarle a la maestría: el énfasis en el interés público, del colectivo social en general, y la visibilización de los sectores subalternos en la sociedad.

Tabla 4. Importancia que le concede a los posibles ejes o componentes de la maestría.

Importancia que le concede a las posibles áreas de orientación o énfasis de la maestría	APRECIACIONES %			
	Muy importante	Mediana mente importante	Algo importante	Nada importante
Enfoques y modelos de planificación de la comunicación.	56,0	37,0	6,0	1,0
Economía política de la comunicación.	45,0	50,0	15,0	1,0
Gestión de la comunicación en las organizaciones.	53,0	40,0	7,0	0,0
Aspectos teóricos sobre comunicación y nuevas tecnologías: concepciones, tendencias, usos, apropiación.	63,0	31,0	6,0	0,0
Comunicación de lo público para el desarrollo humano equitativo e integral.	55,0	34,0	11,0	0,0
Formación en investigación.	62,0	33,0	5,0	0,0
Competencias para la participación ciudadana y el fortalecimiento de la democracia.	39,0	47,0	13,0	1,0
Análisis crítico de la comunicación y los medios, creación e implementación de propuestas alternativas.	52,0	37,0	9,0	2,0
Aprovechamiento de las TIC en los procesos comunicativos.	66,0	25,0	9,0	0,0
Metodologías, técnicas e instrumentos de planificación.	47,0	37,0	14,0	2,0

Un aspecto de particular interés para la decisión sobre el enfoque y énfasis a adoptar se relaciona con los ejes o componentes de la maestría a los cuales les conceden importancia los entrevistados. Llama la atención que sobresalen los aspectos asociados a las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC), de gran significado e incidencia para el campo de la comunicación. De manera pertinente sobresale también los aspectos relacionados con el enfoque previsto de la maestría: Formación en investigación, Comunicación de lo público para el desarrollo humano equitativo e integral, Enfoques y modelos de planificación de la comunicación, Gestión de la comunicación en las organizaciones y Economía política de la comunicación.

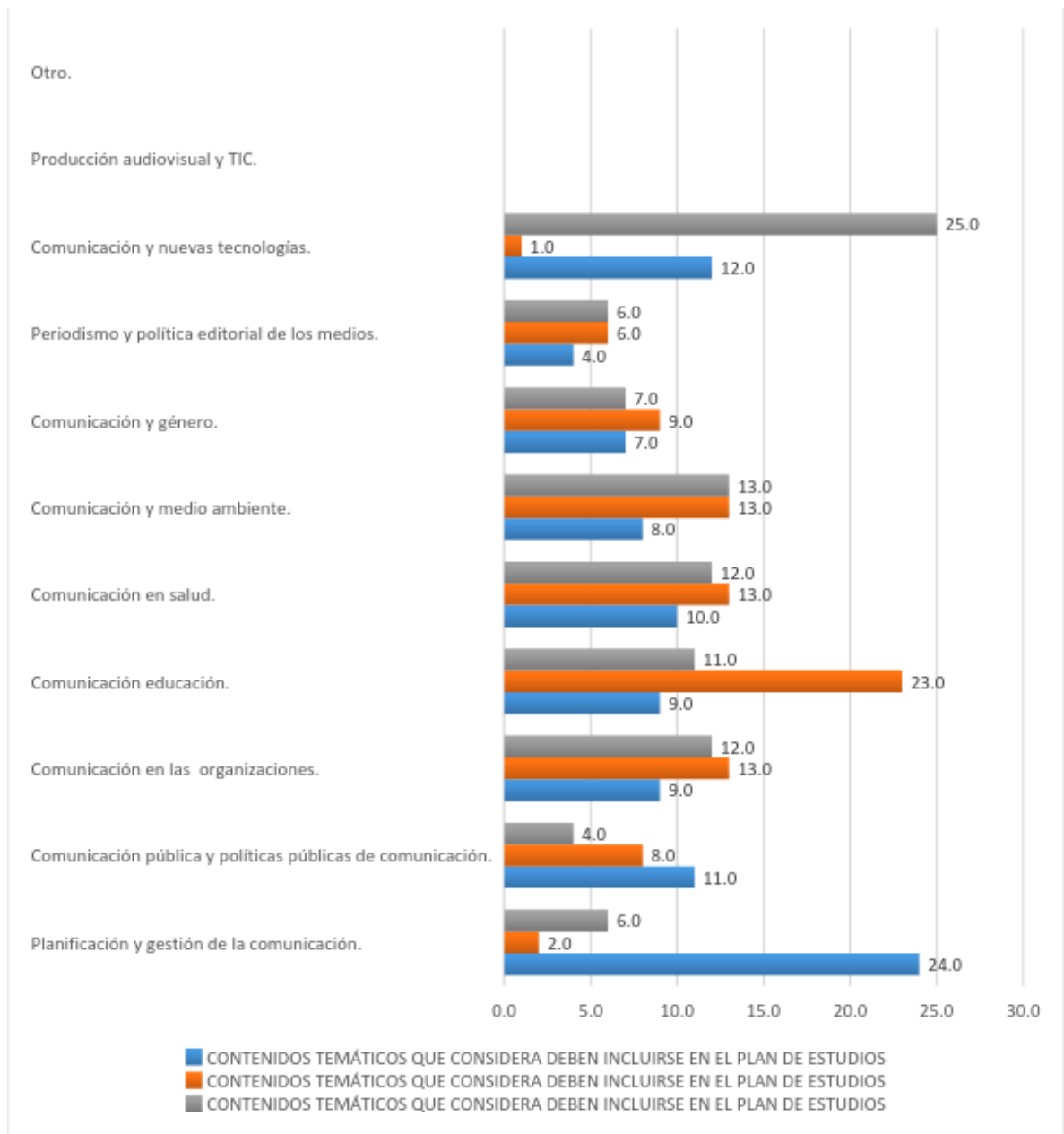


Ilustración 6. Contenidos temáticos que considera deben incluirse en el Plan de estudios.

La anterior gráfica por su parte presenta los contenidos temáticos que los entrevistados consideran prioritarios para incluir en el plan de estudios. Aparece en primer lugar la planificación y gestión de la comunicación, seguida de la comunicación y las nuevas tecnologías. En general las temáticas de interés también guardan coherencia con el enfoque previsto.

La percepción de los encuestados en materia de competencia se resume en la tabla siguiente, de la cual destacamos el pensamiento crítico y la capacidad para la solución de problemas, en función del enfoque de la maestría.

Tabla 5. Importancia que le concede a las competencias profesionales a desarrollar en la maestría.

COMPETENCIAS	APRECIACIONES %			
	Muy importante	Medianamente importante	Algo importante	Nada importante
Comunicación: Capacidad para comunicarse de manera efectiva a través de los distintos lenguajes, incluido el técnico y digital necesario para el ejercicio profesional.	82,0	16,0	1,0	1,0
Pensamiento crítico: Capacidad para utilizar el conocimiento, la experiencia y el razonamiento para evaluar contextos, propuestas comunicativas y emitir juicios fundados.	82,0	17,0	1,0	0,0
Solución de problemas: Capacidad para identificar problemas y oportunidades, planificar estrategias comunicativas y realizar intervenciones eficaces a partir de lo anterior.	81,0	16,0	3,0	0,0
Gestión y emprendimiento: Capacidad para planificar, dirigir, organizar, monitorear y evaluar propuestas y proyectos de orden comunicativo y el desarrollo de iniciativas	71,0	20,0	7,0	1,0

creativas e innovadoras.				
Uso de herramientas tecnológicas: Capacidad para apropiarse y usar críticamente herramientas tecnológicas básicas y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.	71,0	25,0	4,0	0,0
Formación y consistencia ética: Capacidad para asumir principios éticos y respetar los principios del otro, como norma de convivencia social.	55,0	43,0	1,0	1,0
Pensamiento Globalizado: Capacidad para comprender los aspectos interdependientes del mundo globalizado.	52,0	41,0	7,0	0,0
Formación Ciudadana: Capacidad para integrarse a procesos colectivos, a la deliberación y decisión sobre asuntos públicos.	49,0	41,0	10,0	0,0
Capacidad investigativa: valoración y apropiación del conocimiento científico, de generación y circulación de nuevos saberes.	76,0	18,0	6,0	0,0

En síntesis, de la percepción de los encuestados en materia de competencia se destaca el pensamiento crítico y la capacidad para la solución de problemas, apreciación que es coherente con el enfoque que se pretende imprimirle a la maestría. Estas competencias son

necesarias en profesionales y ciudadanos que se desempeñan en la vida pública, en sectores públicos o privados con quienes la universidad está llamada a intervenir en el destino colectivo de la región y el país resituando su rol autónomo en la sociedad civil.

6. OFERTA EDUCATIVA

Este capítulo comprende un breve panorama de los programas ofrecidos en la Región Surcolombiana en materia de educación posgraduada.

Es importante contextualizarnos sobre la evolución y desarrollo de la educación en el campo comunicativo, las dinámicas de la misma se han visto afectadas y demarcadas por la globalización, las principales transformaciones en el campo de la comunicación están determinadas por los cambios en el contexto global, la globalización económica y la revolución tecnológica. El primero de estos aspectos ha conducido a la empresarización de la información y la comunicación y su concentración en los grandes conglomerados económicos y mediáticos que ejercen influencias en la labor del comunicador social y del periodista. Con relación al segundo aspecto, es de destacar el avance incesante de las Tecnologías de Comunicación e Información. Sus potencialidades y evolución constante han provocado cambios importantes en el ejercicio de la profesión periodística, en la comunicación y en los medios tradicionales, lo cual a su vez impone nuevos retos técnicos y teóricos para este campo disciplinario.

Con este preámbulo sobre la globalización, es importante detallar la comunicación como campo interdisciplinario que se nutre de diversas Ciencias Sociales y Humanas, ha tenido el reto de contribuir en las transformaciones sociales y la construcción de conocimiento en el marco del desarrollo humano. Además los retos y desafíos que fueron evaluados a nivel mundial en el *Informe sobre las ciencias sociales 2010 de la UNESCO*, según el cual en América Latina, a pesar de producir grandes aportes al pensamiento social, se carece de apoyo institucional para que se pueda realizar investigación social crítica e independiente...Las enormes transformaciones que se requieren reclaman apoyo para que existan espacios de investigación adecuados que permitan producir resultados científicos de calidad, necesarios para apoyar políticas que busquen cambios sociales significativos.

En Latinoamérica durante este mismo periodo se va configurando una práctica comunicativa más crítica y participativa, con los desarrollos teóricos y metodológicos de educadores y comunicadores como Beltrán, Freire, Martín Barbero, Díaz Bordenave,

Marqués de Melo, Mario y Gabriel Kaplún, Alfaro, Orozco Gómez, entre otros. Esta comunicación, denominada comunitaria, participativa, para el desarrollo, entre otros apellidos, se vinculó a las necesidades de los movimientos sociales y políticos de carácter liberador y a las de las organizaciones de base. Como resultado de esta práctica los medios alternativos y comunitarios empiezan a constituirse y multiplicarse como procesos esenciales para la concientización y la lucha contra la dependencia estructural de América Latina: radios mineras en Bolivia, experiencias de edu-comunicación de Freire en Brasil o en Chile, radio-escuelas como Sutantenza-Acción Cultural Popular (ACPO) en Colombia o las propuestas de radio-educativa de Kaplún, que tuvieron incidencia en varios países de América Latina. (Carlos Arturo Monje, 2015)

De estas primeras experiencias se derivan cursos, programas especializados y posgrados presentes en los diversos continentes. No obstante, el impulso más importante se da en Latinoamérica, territorio pionero en la disciplina, en el que se sitúan más de un tercio de los programas, según los autores.

En Colombia los avances y aportes conducen a la creación de maestrías en las que converge pluralidad de actores claves en el intercambio de saberes y pensamientos críticos.” Así las cosas, al dar una mirada a la educación en Colombia enfocados en la comunicación de lo público, tenemos un panorama, segmentado y mal equilibrado para la población ya que la comparación de las ofertas nacionales y regionales establece desarrollos, avances y tendencias básicas.

A continuación se relacionan los posgrados existentes y verificados en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior-SNIES. Esta relación evidencia que en los últimos años se han venido presentando propuestas de formación de posgrados en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, orientadas a los comunicadores sociales y profesionales de las ciencias sociales. No obstante, han proliferado más los posgrados en comunicación con énfasis organizacional y producción de medios.

Tabla 6. Maestrías existentes en Colombia.

Institución / Ubicación	Sector / Metodología	Denominación	Modalidad
Corporación Universitaria Minuto De Dios – UNIMINUTO-. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación, Desarrollo Y Cambio Social	Investigación
Pontificia Universidad Javeriana. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación	Investigación
Universidad Distrital-Francisco José De Caldas (Bogotá D.C.)	Oficial Presencial	Maestría En Comunicación Educación	Investigación
Universidad Externado De Colombia. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación Política	Profundización e investigación
Universidad Nacional De Colombia. (Bogotá D.C.)	Oficial Presencial	Maestría En Comunicación Y Medios	Investigación
Universidad Santo Tomas. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación, Desarrollo Y Cambio Social	Profundización
Universidad De La Sabana. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación Estratégica	Profundización
Universidad De La Sabana. (Bogotá D.C.)	Privada Presencial	Maestría En Periodismo Y Comunicación Digital	Profundización e investigación
Universidad Autónoma De Occidente. (Cali)	Privada Presencial	Maestría En Comunicación	Profundización e investigación
Universidad Del Norte. (Barranquilla)	Privada Presencial	Maestría en Comunicación	Investigación
Universidad De Medellín. (Medellín)	Privada Presencial	Maestría en Comunicación	Investigación
Universidad Pontificia Bolivariana. (Medellín)	Privada Virtual	Maestría En Comunicación Digital	Profundización
Universidad Pontificia Bolivariana. (Medellín)	Privada Presencial	Maestría en Comunicación Organizacional	Profundización
Universidad De Antioquia. (Medellín)	Oficial Presencial	Maestría en Comunicaciones	Profundización e investigación
Universidad Tecnológica de Pereira. (Pereira)	Oficial Presencial	Maestría en Comunicación-Educativa	Investigación

Fuente: Sistema Nacional de Información de la Educación Superior-SNIES. (www.mineducacion.gov.co/snies)

Esta relación evidencia que en los últimos años se han venido presentando propuestas de formación en posgrados para los comunicadores sociales y profesionales a fines a las ciencias sociales en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Teniendo en cuenta la diversidad regional y necesidades de cada región, esta se queda corta con la oferta educativa, ya que dichas maestrías corresponden a cuatro tituladas Maestría en Comunicación, dos en Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, y las restantes cada una con clasificación diferente. Esto con el fin de establecer que ninguna cumple con la orientación Maestría en Comunicación de lo público, enfoque desde el cual se pretende profundizar en la formación de ciudadanos e investigadores autónomos en las disciplinas sociales y humanas, con una sólida fundamentación teórica y capacidad para interpretar y transformar la realidad con sentido crítico, ético, compromiso social para generar alternativas creadoras que contribuyan a la democracia sustantiva y el desarrollo humano y sustentable.

En cuanto a oferta educativa, la Universidad Surcolombiana se suma a este crecimiento y expansión de programas de posgrado en Colombia y América Latina en la necesidad de abordar temas de la agenda social e instalar temáticas que trasciendan desde una dimensión interdisciplinaria y transdisciplinaria la comunicación de lo Público. Además de tener el sello diferenciador que hará la oferta atractiva a los demandantes. Por otro lado hay que destacar que en Colombia, de las quince (15) ofertas de maestrías, el 73% corresponde al sector privado, esta Maestría se ofrece en el sector público.

“En cuanto a la modalidad académica de las maestrías existentes en el área, seis (7) corresponden a modalidad de investigación, cuatro (4) mixtas y cuatro (4) en profundización. Esta última modalidad es adoptada en la presente propuesta entendiendo que *“la maestría en profundización busca el desarrollo avanzado de competencias que permitan la solución de problemas o el análisis de situaciones particulares de carácter disciplinar, interdisciplinario o profesional, por medio de la asimilación o apropiación de saberes, metodologías y, según el caso, desarrollos científicos, tecnológicos o artísticos”*. (Ministerio de Educación Nacional, Decreto 1295, 2010).

7. JUSTIFICACIÓN DE LA MAESTRÍA

La importancia de una maestría en comunicación pública reside en primera instancia en la necesidad de atender, en materia de formación profesional, a los cambios ocurridos en el campo de la comunicación, resultantes de la globalización y la revolución en las tecnologías de comunicación e información. A las necesidades y demandas del entorno regional en el que está inserta la Universidad Surcolombiana, el cual constituye el referente inmediato para su labor formativa y la principal zona de influencia de sus egresados desde el punto de vista laboral. Estos aspectos determinan su pertinencia social y a ellos se suman las necesidades y demandas en materia de capacitación y formación postgraduada de los profesionales de la comunicación social, el periodismo y disciplinas afines, aspectos que se desarrollan en el presente capítulo, para lo cual se retoman los aportes del equipo de trabajo del proyecto de maestría. (Carlos Arturo Monje, 2015)

7.1 ATENDER A LAS TRANSFORMACIONES DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Las principales transformaciones en el campo de la comunicación están determinadas por los cambios en el contexto global: la globalización económica y la revolución tecnológica. El primero de estos aspectos ha conducido a la empresarización de la información y la comunicación y su concentración en los grandes conglomerados económicos y mediáticos que ejercen influencias en la labor del comunicador social y del periodista. Con relación al segundo aspecto, es de destacar el avance incesante de las Tecnologías de Comunicación e Información. Sus potencialidades y evolución constante han provocado cambios importantes en el ejercicio de la profesión periodística, en la comunicación y en los medios tradicionales, lo cual a su vez impone nuevos retos técnicos y teóricos para este campo disciplinario. (Carlos Arturo Monje, 2015)

Dentro de este contexto es menester hacer una breve revisión del estado de la educación en el área del programa. La Comunicación como campo interdisciplinario que se nutre de diversas Ciencias Sociales y Humanas, ha tenido el reto de contribuir en las transformaciones sociales y la construcción de conocimiento en el marco del desarrollo

humano. Los cambios, fenómenos y hechos que acontecen son abordados por este campo de estudio otorgando la comprensión, interpretación e interrelación de los mismos con otros procesos sociales y otras disciplinas del conocimiento.

En Colombia los avances y aportes conducen a la creación de maestrías en las que converge pluralidad de actores claves en el intercambio de saberes y pensamientos críticos. En el análisis del estado actual de la educación en el área de comunicación de lo público, se realizó una indagación comparativa de las ofertas nacionales y regionales con el fin establecer los desarrollos, avances y tendencias básicas. Ver tabla 6. (Carlos Arturo Monje, 2015).

7.2 PERTINENCIA SOCIAL

La Universidad Surcolombiana como institución académica de carácter público está comprometida con el desarrollo de la región Surcolombiana, en los aspectos inherentes a su función: la formación de talento humano, la pertinencia de la investigación y la proyección social. (Carlos Arturo Monje, 2015)

Funciones a partir de las cuales la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas expresa en su misión el compromiso en la construcción de conocimiento sobre los problemas y procesos socio-culturales relevantes del entorno. Para lo cual requiere formar personas, ciudadanos, profesionales e investigadores autónomos en las disciplinas sociales y humanas, con una sólida fundamentación teórica y capacidad para interpretar y transformar la realidad con sentido crítico, ético, compromiso social y en constante interacción con las comunidades, instituciones y organizaciones, para generar alternativas creadoras que contribuyan a la democracia sustantiva y el desarrollo humano y sustentable. (Carlos Arturo Monje, 2015)

Para alcanzar el anterior propósito, la Facultad en su Plan de Desarrollo propone ampliar la oferta académica a nivel de posgrados, mediante la creación de posgrados propios que contribuyan al avance de las ciencias sociales, la interacción entre ellas y a la solución de problemas, que aporten al desarrollo de la región, el país y América Latina. En tal sentido se propone adelantar el proyecto de Maestría en Comunicación, que pueda suplir algunas de las necesidades formativas más urgentes de los más de 200 egresados del programa de

Comunicación Social y Periodismo, así como de profesionales de otras disciplinas sociales, interesados también en profundizar en el conocimiento de la comunicación, en una región donde no existe ningún programa a nivel de maestría en este campo de conocimiento, que ha venido legitimando su presencia en instituciones públicas, privadas, ONGs, comunidades y medios de comunicación. (Carlos Arturo Monje, 2015)

Es oportuno adelantar un proyecto de formación a nivel de Maestría que comprenda la necesidad de desarrollar la investigación y la intervención en el campo de la comunicación social, partiendo del reconocimiento de los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales, de las demandas de la sociedad civil y los desarrollos del campo.

En ese orden de ideas, la Maestría debe ofrecer respuestas a demandas comunicacionales procedentes de los movimientos sociales, de los ciudadanos, de las organizaciones de la sociedad civil, de las entidades públicas o del Estado en el nivel local, regional y nacional, de los gremios de la producción, de las empresas pequeñas, medianas y grandes tanto del sector privado como del sector solidario y cooperativo, en una perspectiva de establecer adecuados, vínculos e interrelaciones comunicativas con los usuarios, los clientes, las comunidades y los ciudadanos.

Se parte de un inicial camino recorrido por el Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, fundado en 1995 en la ciudad de Neiva. El pregrado tienen su impronta en la comunicación comunitaria y ciudadana, y busca que el comunicador de la Surcolombiana reconozca las circunstancias de complejidad que se viven en el departamento del Huila, la ciudad de Neiva y la región sur del país, procure comprenderlas e incidir en su transformación positiva. El programa se propone incidir en la preparación de profesionales con sentido de compromiso social, ético, conocedores la importancia de lo público, lo colectivo, que ayuden al fortalecimiento de la participación ciudadana y de la comunicación. Ello supone potenciar en el comunicador su dimensión política, entendida como su capacidad para construir en forma colaborativa espacios públicos de deliberación y la emergencia de ciudadanías activas y participativas.

En este sentido el Programa de Comunicación Social y Periodismo ha dado lugar desde el Área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria y desde sus prácticas profesionales una articulación con diversos actores sociales y de la comunicación en la región, así como un trabajo con egresados del programa que asesoran, acompañan, lideran iniciativas, experiencias y medios de comunicación comunitaria y ciudadana. Estas articulaciones generan espacios de intercambio conceptual, metodológico, personal, que aportan a la visión que ellos tienen de la comunicación como proceso, del territorio, la cultura, los medios y la participación. (Carlos Arturo Monje, 2015)

El Programa ha jugado un papel importante en la conformación y acompañamiento al Movimiento 20 de Abril de Comunicación Comunitaria, Ciudadana y Propia del Huila. Desde este escenario de proyección social ha acompañado la realización de diversos encuentros subregionales y departamentales con el objetivo de trazar planes de acción, ha asesorado y acompañado propuestas de capacitación para el sector de la comunicación comunitaria y ciudadana. Ha participado en el fortalecimiento al Sistema Nacional de Cultura conformando Consejos municipales de área de comunicaciones y de cinematografía, participando en el Consejo Departamental de Planeación y liderando el Consejo Nacional de Área de Comunicación. Desde el Movimiento 20 de abril y desde el proyecto Escuela de Formación Comunitaria, con su plataforma Contacto Radio, ha acompañado y visibilizado la producción comunicativa de actores sociales y comunidades que han entrado ya en la dinámica de formación, producción y circulación de contenidos propios (Carlos Arturo Monje, 2015)

Con base en el análisis y argumentos presentados se puede decir que un posgrado con estas características busca que el aspirante a magister se sienta identificado con su enfoque y orientación para que en este sentido logre generar aceptación en sus propuestas y en sus compromisos de cambio y transformación de la realidad regional que es la que requiere el aporte de sus conocimientos, experiencias, creatividad individual y colectiva.

Dicho de otra manera, la comunicación de lo Público supone la construcción de nuevo conocimiento y nuevas prácticas donde los investigadores que se formen en el área

contribuyan a la transformación no solo de las relaciones humanas, sino al producir cambios e impactos en la constitución de políticas, participación ciudadana, creación y consolidación de medios para la democracia, estrategias comunicativas que den respuesta a las realidades imperantes y las brechas sustantivas y complejas de la globalización. (Carlos Arturo Monje, 2015)

8. FACTIBILIDAD TÉCNICA

La factibilidad técnica consiste en que existan las condiciones tecnológicas que satisfagan en este caso a las personas que van a estudiar la maestría, también condiciones óptimas de infraestructura, salones dotados de sillas de excelente calidad, conectividad a la Web, recursos audiovisuales, aires acondicionados, entre otros aspectos que hacen que el proyecto sea sostenible a través del tiempo.

8.1 LOCALIZACIÓN

La Maestría en Comunicación de lo Público, estará adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Surcolombiana de Neiva, dicha universidad está ubicada en la Avenida Pastrana Borrero – Carrera 1 en el barrio Santa Inés, perteneciente a la comuna uno del ya mencionado municipio.

8.1.1 Macro localización.

La Universidad Surcolombiana está localizada en una zona estratégica de la ciudad, la Avenida Pastrana Borrero que es una de las vías que conduce a la ciudad de Bogotá, es muy transitada porque también se comunica con la Avenida circunvalar que es la que recorre la periferia de la ciudad y lleva a la vía que conduce al sur del Departamento y el país. Frente a la universidad se encuentra la clínica de Saludcoop, lugar diariamente visitado por los neivanos además de forma masiva. Al lado de la Universidad están dos de los colegios más reconocidos de la ciudad por su trayectoria que son el INEM y el Santa Librada, además se encuentra también residencias para estudiantes, restaurantes, papelerías, escenarios deportivos, entre otros lugares que hacen de la Universidad un lugar apropiado para el desarrollo y bienestar de las personas.

8.1.2 Micro Localización.

La Maestría en Comunicación De lo Público estará situada en la sede principal de la Universidad Surcolombiana de Neiva ubicada en la Avenida Pastrana Borrero con carrera primera. Este programa de educación posgraduada estará adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Programa de Comunicación Social y Periodismo.

8.2 ESTÁNDARES DE CALIDAD

La Maestría en Comunicación De lo Público, buscará sus estándares de calidad por medio del Decreto 2566 de 2003 “Por el cual se establecen las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior y se dictan otras disposiciones”. (Ministerio De Educación , 2013)

Para lograr los mencionados estándares de calidad la maestría debe cumplir con algunos criterios establecidos por el Consejo Nacional de Acreditación como son la universalidad, integridad, equidad, idoneidad, responsabilidad, coherencia, transparencia, pertinencia, eficacia, eficiencia, sostenibilidad

8.3 CONCLUSIONES DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

La Maestría contará con los elementos requeridos para el desarrollo de las clases, la mayor parte de los recursos van a obtenerse de las inscripciones y matrículas de los estudiantes y otra parte de recursos, menos significativa será otorgada por la Universidad Surcolombiana luego de las respectivas gestiones. La maestría tendrá lugar en la ya mencionada universidad, un espacio reconocido por la comunidad de la región Surcolombiana, además es un espacio accesible para quienes estén interesados en formar parte de este programa académico. El control de calidad de los servicios, permitirá ofrecer una excelente atención al estudiante quien será el encargado del crecimiento de la institución y su posicionamiento en el mercado.

9. FACTIBILIDAD FINANCIERA

De acuerdo con el Decreto 1295 de 2010, la viabilidad financiera para la oferta y desarrollo de un programa académico debe presentar el estudio de factibilidad económica elaborado para tal efecto, con el correspondiente plan de inversión, cuando se trate de programas nuevos o en funcionamiento.

La Universidad Surcolombiana cuenta con un proceso claro de definición para la viabilidad presupuestal de todos los programas académicos que ofrece en los diferentes niveles y modalidades. Este proceso relaciona los ingresos del programa, con los egresos y permite definir su viabilidad presupuestal a partir de la naturaleza y modalidad del programa.

En concordancia con los requisitos institucionales, se proyecta un presupuesto financiero para la primera cohorte, en función del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV), con un incremento anual del 4% con base en registros históricos. A continuación se presenta el Presupuesto de Ingresos y Egresos de la maestría en referencia.

9.1 INGRESOS

Las fuentes de ingresos del Programa de Maestría en Comunicación de lo Público provienen de las inscripciones y matrículas de los aspirantes, siendo la última la más representativa. El valor de la matrícula por semestre académico equivale a siete salarios mínimos legales vigentes, y se ajusta de acuerdo a la variación del salario mínimo, año tras año. El valor de la inscripción equivale a un tercio del salario mínimo vigente en cada año. Se debe tener en cuenta que como la admisión del programa es anual, los ingresos por concepto de inscripciones se registran contablemente cada año.

La siguiente gráfica muestra la proyección de los ingresos del programa, que permiten conocer con qué nivel de ingresos se cuenta semestralmente.

Tabla 7. Recursos financieros de la Maestría En Comunicación De lo Público.

INGRESOS PROYECTADOS MAESTRIA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO												
INCREMENTO 4% DEL SMLMV \$644.350								INCREMENTO 4% DEL SMLMV \$670.124				
INGRESOS POR COHORTE												
CONCEPTO	VR UNITARIO	PERIODO I		PERIODO II		CONCEPTO	VR UNITARIO	PERIODO III		PERIODO IV		TOTALES
		CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL			CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL (\$ MILES)	
Inscripciones(1/3 SMLMV 2015)	\$ 213.546	45	\$ 9.609.570	28				25		23		
Matriculas(7 SMLMV 2015)	\$ 4.510.450	30	\$ 135.313.500	28	\$ 126.292.600	Matriculas (7 SMLMV 2016)	\$ 4.690.868	25	\$ 117.271.700	23	\$ 107.889.964	\$ 486.767.764
Derechos de grado(1 SMLMV)			\$ 0		\$ 0	Derechos de grado (1 SMLMV)	\$ 0		\$ 0	23	\$ 15.412.852	\$ 15.412.852
Beca	\$ 4.510.450	1	\$ 4.510.450	1	\$ 4.510.450	Beca	\$ 4.690.868	1	\$ 4.690.868	1	\$ 4.690.868	\$ 18.402.636
Descuento de Ley 10%	\$ 64.435	30	\$ 1.933.050	28	\$ 126.292.600	Descuentos de ley 10%	\$ 469.087	25	\$ 11.727.170	23	\$ 10.788.996	\$ 150.741.816
Descuento de Egresados 10%	\$ 64.435	15	\$ 966.525	15	\$ 67.656.750	Descuentos de Egresados 10%	\$ 469.087	15	\$ 7.036.302	15	\$ 7.036.302	\$ 82.695.879
TOTAL INGRESOS			\$ 152.333.095		\$ 324.752.400				\$ 140.726.040		\$ 145.818.982	\$ 717.215.675

Los ingresos se generan inicialmente con el pago del valor de las inscripciones, estimadas en 45 aspirantes por cohorte, de los cuales el 71% (32) serán admitidos. De ellos se espera que un 50% sean egresados de la Universidad Surcolombiana y el otro 50% de otras universidades del país.

Se asume para las proyecciones una deserción del 5%, de manera que culminarían el ciclo de formación 30 estudiantes. Con base en la normatividad interna, se prevén descuentos del valor de la matrícula equivalentes al 10% por Ley 815 de 2003 (votaciones) y también el 10% de descuento a egresados de programas de pregrado de la Universidad Surcolombiana (Acuerdos 013/2014 y 094/2014 del Consejo Superior Universitario).

Otro ítem que representa ingresos para la maestría, es el de los cursos nivelatorios para los estudiantes que no tienen las competencias en el idioma inglés y tienen dificultades para la comprensión de artículos suministrados por los docentes, en ese idioma. Se estima que un 60% presentan esta limitante. El curso nivelatorio tiene un valor equivalente a 1 SMMLV.

El presupuesto se proyecta para todo el ciclo de la primera cohorte y cierra con el pago de derechos de grado que corresponde según la normatividad a 1SMMLV. El monto total de ingresos para la primera cohorte al culminar sus estudios y obtener la titulación se estima en \$717.215.675 tal como se observa en la tabla 7.

9.2 EGRESOS

De otra parte, las fuentes de egresos de la maestría se estiman con base en los rubros establecidos por la Universidad para programas de postgrado (Acuerdo 022 de 2006) con un incremento anual del 4% (Ramírez, 2015). Entre los egresos figuran los honorarios e incentivos a docentes, personal de apoyo, los recursos bibliográficos y académicos, así como los gastos en publicidad. En la siguiente tabla se muestran los egresos del programa en mención:

Tabla 8. Egresos por corte de la Maestría En Comunicación De lo Público

EGRESOS PROYECTADOS MAESTRIA EN COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO												
											INCREMENTO DEL 4% RESPECTO AL ANTERIOR	
EGRESOS POR CORTE												
CONCEPTO	VR UNITARIO	PERIODO I		PERIODO II		CONCEPTO	VR UNITARIO	PERIODO III		PERIODO IV		TOTALES
		CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL			CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	
HONORARIOS DOCENTES	\$ 3.963.328	5	\$ 19.816.640	5	\$ 19.816.640	HONORARIOS DOCENTES(HORAS)	\$ 4.121.861	6	\$ 24.731.166	10	\$ 41.218.610	\$ 105.583.056
TRANSPORTE AEREO (NAL e INTERN) Y TERRESTRE (TIQUETES)	\$ 4.800.000	12	\$ 57.600.000	12	\$ 57.600.000	TRANSPORTE AEREO (NAL e INTERN) Y TERRESTRE (TIQUETES)	\$ 1.300.000	10	\$ 13.000.000	12	\$ 15.600.000	\$ 143.800.000
HOTEL ALIMENTACION (FIN DE SEMANA)	\$ 400.000	12	\$ 4.800.000	12	\$ 4.800.000	HOTEL ALIMENTACION (FIN DE SEMANA)	\$ 450.000	10	\$ 4.500.000	12	\$ 5.400.000	\$ 19.500.000
SECRETARIA (MES)	\$ 1.525.000	6	\$ 9.150.000	6	\$ 9.150.000	SECRETARIA (MES)	\$ 1.891.000	6	\$ 11.346.000	6	\$ 11.346.000	\$ 40.992.000
CAPACITACION			\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	CAPACITACION			\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
MATERIAL MODULOS	\$ 30.000	165	\$ 4.950.000	165	\$ 4.950.000	MATERIAL MODULOS	\$ 31.200	165	\$ 5.148.000	198	\$ 6.177.600	\$ 21.225.600
MATERIAL OFICINA			\$ 2.000.000		\$ 2.000.000	MATERIAL OFICINA			\$ 2.040.000		\$ 2.040.000	\$ 8.080.000
BIENESTAR			\$ 2.000.000		\$ 2.000.000	BIENESTAR			\$ 2.040.000		\$ 2.040.000	\$ 8.080.000
COMPRA DE MATERIAL BIBLIOGRAFICO			\$ 5.000.000		\$ 5.000.000	COMPRA DE MATERIAL BIBLIOGRAFICO			\$ 6.000.000		\$ 6.000.000	\$ 22.000.000
PUBLICIDAD Y MERCADEO			\$ 3.000.000			PUBLICIDAD Y MERCADEO					\$ 3.000.000	\$ 6.000.000
EQUIPOS DE OFICINA			\$ 3.000.000		\$ 3.000.000	EQUIPOS DE OFICINA			\$ 3.500.000		\$ 3.500.000	\$ 13.000.000
ALQUILER DE AULAS Y OFICINAS USCO (HORAS)	\$ 4.485	192	\$ 861.120	192	\$ 861.120	ALQUILER DE AULAS Y OFICINAS USCO (HORAS)	\$ 4.664	160	\$ 746.240	288	\$ 1.343.232	\$ 3.811.712
ALQUILER DE AULAS Y OFICINAS EXTERNAS (HORAS)			\$ 2.000.000		\$ 2.000.000	ALQUILER DE AULAS Y OFICINAS EXTERNAS(HORAS)			\$ 2.040.000		\$ 2.040.000	\$ 8.080.000
FOTOCOPIAS			\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	FOTOCOPIAS			\$ 1.010.000		\$ 1.010.000	\$ 4.020.000
COSTOS BANCARIOS			\$ 679.000		\$ 641.000	COSTOS BANCARIOS			\$ 666.000		\$ 746.000	\$ 2.732.000
EGRESOS			\$ 116.856.760		\$ 113.818.760				\$ 77.767.406		\$ 102.461.442	\$ 410.904.368
IMPREVISTOS (3% egresos)			\$ 3.505.703		\$ 3.414.563	IMPREVISTOS (3% egresos)			\$ 2.333.022		\$ 3.073.843	\$ 12.327.131
TOTAL EGRESOS			\$ 120.362.463		\$ 117.233.323				\$ 80.100.428		\$ 105.535.285	\$ 423.231.499
BALANCE A FAVOR			\$ 31.970.632		\$ 207.519.077				\$ 60.625.612		\$ 40.283.697	\$ 293.984.176

Del total de ingresos (\$717.215.675), se estima que se ejecutarán al culminar todo el ciclo de formación de la primera cohorte \$419.777.368 con un saldo a favor de \$293.984.176, los cuales se desagregan en la Tabla 8.

El rubro correspondiente a transporte aéreo y terrestre es el de mayor significación y los egresos por este concepto se estiman en \$143.800.000 puesto que la maestría se realizará en convenio con instituciones de reconocido prestigio y tendrá por lo tanto profesores invitados a nivel nacional e internacional. Otro valor significativo es el que tiene que ver con el pago de honorarios de los docentes, con un estimado de \$105.583.056. Para la gestión se contará con una secretaria de tiempo completo cuyos honorarios ascienden durante los cuatro semestres de la cohorte a \$40.992.000. Alrededor de \$ 50.000.000 se destinan a la adquisición de equipos y materiales para el desarrollo de las actividades académicas.

El saldo a favor de \$293.984.176 tiene sentido en tanto brinda un margen de holgura para garantizar la calidad y el óptimo desarrollo de la maestría, sin pretender márgenes de rentabilidad, pues se trata de la oferta educativa en una institución pública que no se rige por el ánimo de lucro.

Ahora, según el Acuerdo 023 de 25 de mayo de 2011, los excedentes financieros del programa académico deben distribuirse así: 40% de recursos destinados a financiar el plan de desarrollo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas; 40% a financiar el plan de desarrollo institucional, y 20% para distribución de incentivos. Ver ilustración No. 7.

DISTRIBUCIÓN DE EXCEDENTES

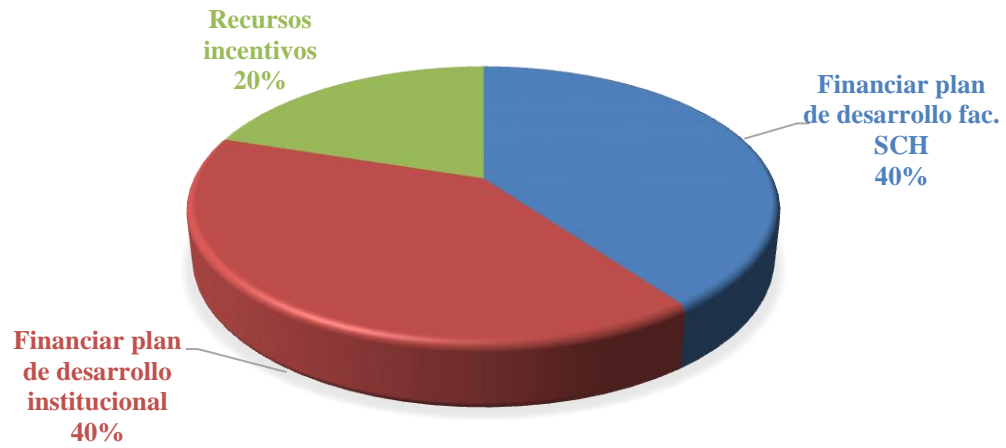


Ilustración 7. Excedentes proyectados de la Maestría de lo Público

En síntesis, de lo expresado en esta sección se colige que al relacionar ingresos y egresos de la maestría en los cuatros ciclos que dura cada cohorte, esta es sostenible y por lo tanto viable.

10. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN

Con el fin de llegar al público objetivo de esta oferta educativa y garantizar la inscripción de un número significativo de aspirantes es necesario desarrollar estrategias comunicativas pertinentes, tal como se sugiere a continuación:

10.1 PLAN DE MEDIOS

Con esta estrategia se pretende llegar a una audiencia amplia, puesto que este plan contendrá elementos de difusión para todos los públicos, habrá piezas comunicativas que van desde volantes hasta spots publicitarios para radio y piezas audiovisuales para televisión.

Por otro lado, se aprovechará el interés de las personas en acceder a la Maestría en Comunicación De lo Público y se dará conocer esta oferta educativa por medio de un folleto en el cual se encontrarán los servicios que se ofrecen.

10.2 PUBLICIDAD DIRIGIDA A POTENCIALES DEMANDANTES

Esta estrategia consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos, es algo personalizado.

Enviar correos electrónicos a los profesionales en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana y otras universidades de la región. También a las personas con profesiones afines de acuerdo con la base de datos creadas en las universidades.

Comprar las bases de datos de empresarios y profesionales en la cámara de comercio de Neiva para hacer Telemarketing.

11. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La creación de la Maestría En Comunicación De lo Público es pertinente según los resultados arrojados por los instrumentos aplicados y que en capítulos anteriores fueron analizados. Los potenciales demandantes de esta son profesionales de la Comunicación Social y el Periodismo y áreas afines que residen en su mayoría en Neiva que es en donde está ubicada la sede central de la Universidad Surcolombiana y otra parte en el resto del territorio de la Región Surcolombiana.

Gran parte de los potenciales demandantes son personas que han estudiado por su cuenta para mejorar su desarrollo profesional, sin embargo manifiestan que accederán a este programa de educación superior y según su preferencia esta maestría debe ser mixta. Añaden que los temas de mayor interés son la Comunicación y Nuevas Tecnologías, la Comunicación Estratégica, Comunicación y Gestión y Comunicación Pública. Las encuestas también arrojaron como resultado que estas personas autofinanciarán el costo total para acceder al programa académico y asistirán al mismo los fines de semana para cumplir con obligaciones laborales entre semana.

Técnicamente esta maestría tendrá sostenibilidad a través del tiempo porque se contará con los elementos necesarios para su adecuado desarrollo, dichos elementos serán obtenidos por medio de los ingresos de la misma y también por otras fuentes como la misma Universidad Surcolombiana. El espacio geográfico en el que tendrá lugar es de fácil acceso, es un espacio reconocido por la sociedad por ser la USCO la única universidad pública del departamento.

11.1 IMPACTO SOCIAL

La Maestría En Comunicación De lo Público atenderá a las necesidades y requerimientos de los profesionales de la Comunicación Social y el Periodismo y ciencias afines de la Región Surcolombiana quienes no tienen acceso a una institución superior de calidad próxima, es decir cercana a su lugar de residencia o entorno. Por otro lado, estas personas

son profesionales con características propias que están enfocadas a los retos y demandas de la Región con el fin de contribuir al desarrollo de la misma.

Este programa académico será de gran impacto puesto que es el primero en crearse con este enfoque, será una puerta abierta a los profesionales existentes y a quienes están en camino a lograr su título para formarse en un área que sin lugar a dudas los preparará en el campo investigativo y así quienes accedan a él serán profesionales íntegros.

A través del tiempo esta maestría seguirá ofreciendo las posibilidades de crecimiento profesional no solo a personas de la Región sino del país por su viabilidad técnica y financiera, sin olvidar que es pionera en este campo y por ende para la llegada de la competencia ya habrá adquirido reconocimiento, credibilidad y buena reputación.

11.2 EVALUACION FINANCIERA

11.2.1 Ingresos de la Maestría

En concordancia con las normas institucionales se proyecta un presupuesto financiero para la primera cohorte de la Maestría En Comunicación de lo Público en función del SMMLV (Salario Mínimo Mensual Legal Vigente) con un incremento estimado del 4%.

En términos financieros la Maestría En Comunicación de lo Público es viable y sostenible puesto que inicialmente los ingresos de esta se generan por concepto de inscripciones y matrículas de un estimado de 45 personas y 30 personas respectivamente.

Se espera que un 50% de las personas admitidas a la maestría sean egresados de la Universidad Surcolombiana quienes tendrán un descuento del 10% en el valor de la matrícula de acuerdo a lo establecido por la USCO y se asume que exista una deserción del 5%, es decir de un estudiante.

Tabla 9. Ingresos Maestría En Comunicación De lo Público.

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	DESCUENTO	TOTAL
INCRIPCIONES (45 estudiantes)	\$213.546		\$9'609.570
MATRÍCULAS DE ESTUDIANTES EGRESADOS USCO (15 estudiantes)	\$4.510.450	10% DCTO DE LEY 10% DCTO EGRESADOS	\$108.250.800
MATRÍCULAS DE ESTUDIANTES NO EGRESADOS	\$4.510.450	10% DCTO DE LEY	\$60.891075
MATRICULA DE ESTUDIANTE MO EGRESADO	\$4.510.450	SIN DESCUENTO	
TOTAL DE INGRESOS : \$ 717.215.675			

La tabla número 9 refleja el total de ingresos de la maestría por todo concepto.

Cada inscripción tendrá un costo de \$ 213.546 (1/3 SMMLV 2015) y el valor de la matrícula por estudiante será de \$4'510.450 (7 SMMLV 2015). Tendrán un descuento de ley del 10% por votación y quienes sean egresados de la USCO tendrán un descuento también del 10%. Es decir, los estudiantes egresados y que hayan votado tendrán un descuento total del 20%.

11.2.2 EGRESOS DE LA MAESTRÍA

Luego de explicar cómo se obtendrán los ingresos de la maestría periodo a periodo se suponen unos egresos también periodo a periodo por conceptos de honorarios de docentes, transporte aéreo y terrestre (tiquetes), hotel y alimentación (fin de semana), secretaria (mes), capacitación, material para las clases, material para la oficina, bienestar, compra de material bibliográfico, publicidad y mercadeo, equipos de oficina, alquiler de aulas y oficinas (USCO), alquiler de aulas y oficinas externas (horas), fotocopias, costos bancarios e imprevistos. (Ver tabla 8).

El valor total de ingresos de la maestría por periodos, como se puede observar en la tabla 9 es de \$717.215.645 de los cuales se pagarán los conceptos por egresos que tendrán un costo aproximado de \$ 419.777.368 cada periodo. De esta manera habrá rubro de \$ 297.438.307 a

favor de la Maestría En Comunicación de lo Público. Cabe destacar que estos valores se obtendrán por cada uno de los semestres que componen la Maestría.

11.3 CONCLUSIONES DE LA EVALUACION FINANCIERA

- ✓ La Maestría En Comunicación Para Lo Publico en términos financieros es completamente viable pues por cohorte se obtendrá un ingreso aproximado de \$717.215.675 de los cuales habrá un egreso de \$419.777.368. A este programa académico le quedará un rubro a favor de \$297.438.307.
- ✓ El valor de la matrícula sin descuentos será de \$4.510.450.
- ✓ El valor de la matrícula con el 10% de descuento por haber votado, será de \$4.059.405.
- ✓ El valor de la matrícula con el 20% de descuento por haber votado y además ser egresados de la USCO será de \$3.608.360.
- ✓ La factibilidad financiera de este proyecto presenta un 3% del total de los egresos que cubrirá imprevistos.
- ✓ El programa académico es claramente sostenible y viable a nivel financiero.

CONCLUSIONES

- ✓ La creación de la Maestría en Comunicación De lo Público es viable en todos los sentidos puesto que responderá a las necesidades y demandas de la Región y de los aspirantes demandantes, contará con los recursos técnicos y financieros y le apostará al desarrollo de la Región con la formación de profesionales preparados e íntegros.
- ✓ Se identificaron los destinatarios y potenciales demandantes de la maestría en comunicación, las necesidades de capacitación y los intereses y expectativas de los profesionales a los cuales estará dirigido este programa académico.
- ✓ Se identificó la actividad laboral y perfiles profesionales de los potenciales demandantes y se establecieron las preferencias de los posibles demandantes en relación con la modalidad, áreas de profundización, orientación y contenidos de la maestría.
- ✓ Se establecieron los recursos y fuentes de financiación con que dispondrán los aspirantes a la maestría en relación con los costos de la misma, y además se establecieron los retos y demandas sociales, las necesidades del campo ocupacional y los desempeños profesionales en los aspectos comunicativos.
- ✓ En este estudio se propone el carácter y orientación de la maestría, sus áreas de énfasis, contenidos y los perfiles profesional y ocupacional de los egresados. Además se conoció el perfil profesional de los posibles aspirantes a la maestría en Comunicación De lo Público, el contexto geográfico de su preferencia y la modalidad de estudio más favorable durante su ejecución.
- ✓ Técnicamente la Maestría En Comunicación De lo Público es viable porque contará con los elementos y herramientas para ser llevada a cabo y para ser sostenible a través del tiempo.

- ✓ Financieramente la Maestría En Comunicación de lo Público es viable porque tendrá un precio asequible para los aspirantes demandantes y estará acorde con las condiciones de la Universidad Surcolombiana.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda gestionar fuentes de financiación para acceder a la Maestría En Comunicación De lo Público que a pesar de tener un costo asequible no todos contarán con la misma facilidad de pago semestral.
- ✓ Se recomienda buscar apoyo en dependencias como la ORNI (Oficina De Relaciones Internacionales de la Universidad Surcolombiana) y otras entidades de carácter nacional e internacional para buscar posibilidades económicas y de intercambio para la realización de la misma.
- ✓ Se recomienda gestionar patrocinio por parte de las empresas en las cuales trabajan los aspirantes para que sea más fácil acceder a la Maestría En Comunicación De lo Público.
- ✓ Se recomienda realizar una adecuada estrategia de difusión de los ejes misionales de la Maestría En Comunicación De lo Público que llegue a audiencias masivas y por lo tanto se haga más llamativa la oferta y mucho más demandada.
- ✓ Se recomienda revisar las fuentes de financiación externa que ofrecen los entes gubernamentales.



BIBLIOGRAFÍA

- Arellano. (1998). La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones. *Razón y Palabra*(3.).
- Buenas Tareas. (16 de Febrero de 2012). *Buenas Tareas*. Recuperado el 18 de Marzo de 2015, de Buenas Tareas: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Complejo-Cultural-Andino-2-Virginia/3501606.html>
- Caballero, F. S. (2009). *Economía política de la comunicación y teoría crítica*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Carlos Arturo Monje, J. G. (2015). *Propuesta para la creación de una Maestría en comunicación pública en la Universidad Surcolombiana*. Neiva:: Universidad Surcolombiana.
- Congreso de la República. (s.f.). *Ley 1188 del 25 de abril de 2008* . Bogotá.
- Consejo Nacional de Acreditación. (s.f.). *Consejo Nacional de Acreditación, Colombia*. Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://www.cna.gov.co/1741/article-187279.html>
- Consejo Nacional de Acreditación. (s.f.). *Plan Sectorial 2006-2010 Revolución Educativa*. Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://www.cna.gov.co/1741/article-187279.html>
- Constitución Política De Colombia . (s.f.). Recuperado el 5 de Febrero de 2015, de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-67>).
- Escobar, F. (2014). *Propuesta académica y financiera de maestría en ingeniería de petróleos con énfasis en crudos pesados*. Neiva.

- Gobernación Del Huila . (2005). *Toda Colombia Es Mi Pasión*. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de Toda Colombia Es Mi Pasión: <http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>
- Gobernación Del Huila . (s.f.). *Huila Competitivo* . Recuperado el 18 de Marzo de 2015, de Huila Competitivo : <http://www.huila.gov.co/area-cobertura-educativa/acceso-a-la-educacion-superior.html>
- Gobernación del Huila. (2005). *Gobernación del Hula*. Recuperado el 14 de Marzo de 2015, de Toda Colombia Es Mi Pasión: <http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>
- Herrera, B. &. (2012). *Un panorama de la formación especializada en comunicación, desarrollo y cambio social*. s.l: s.n.
- Macualo, F. H. (2014). *Maestría En Ingeniería De Petróleos Con Énfasis En Crudos Pesados* . Neiva .
- Ministerio De Educación . (10 de Septiembre de 2013). *Ministerio De Educación* . Recuperado el 14 de Abril de 2015, de http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-86425_Archivo_pdf.pdf
- Ministerio De Educación Nacional . (s.f.). Recuperado el 5 de Febrero de 2015, de <http://www.mineduccion.gov.co/1621/w3-channel.html>
- Ministerio De Educación Nacional . (s.f.). *Ministerio De Educación Nacional* . Recuperado el 5 de Febrero de 2015, de http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf
- Ministerio De Educación Nacional . (s.f.). *Ministerio De Educación Nacional* . Recuperado el 5 de Febrero de 2015, de http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-159149_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Educación Nacional. (2010). *Decreto 1295 del 20 de abril de 2010*. Bogotá.

- Ministerio de Nacional de Educación. (1994). *Ley general de educación. Ley 115 de 1994*. Bogotá: s.n.
- Ortiz et al. (2010). *Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Nueva Oferta Educativa* . Pachuca de Soto, Hidalgo. .
- Prresidencia de la República. (2003). *Decreto 2566 de septiembre 10 de 2003*. Bogotá.
- Público, C. M. (2014). *Relatoría Talleres y Encuentro de Egresados* . Neiva .
- Ramírez, H. R. (14 de Abril de 2015). *Factibilidad Financiera Maestría En Comunicación De lo Público*. (L. M. Burgos., Entrevistador)
- Renie Dubs de Moya et al. (2002). *El Proyecto Factible: Una Modalidad De Investigación* . *Sapiens* , 6.
- Unesco. (2010). *Informe sobre las ciencias sociales*.
- Universidad Centroamericana . (s.f.). *Universidad Centroamericana* . Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://posgrado.uca.edu.ni/index.php?seccion=716>
- Universidad Libre . (s.f.). *Universidad Libre* . Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/4219>
- Universidad Minuto De Dios . (s.f.). *Uniminuto* . Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de http://www.uniminuto.edu/gerencia-educativa-en-bello/-/asset_publisher/tnUJidfwHBP9/content/maestria-en-comunicacion-desarrollo-y-cambio-social
- Universidad Santo Tomás . (s.f.). *Universidad Santo Tomás* . Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://maestriacomunicacion.usta.edu.co/>
- Universidad Surcolombiana . (s.f.). *Universidad Surcolombiana*. Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <https://www.usco.edu.co/pagina/maestria-en-conflicto-territorio-y-cultura>

Wikipedia . (12 de Marzo de 2015). *Wikipedia* . Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

ANEXO A: OFICIO DE SOLICITUD DE BASE DE DATOS

Neiva, 30 de Abril de 2014

Señor
Julio Deivis Burgos
Coordinador Oficina De Egresados

De manera comedida nos permitimos solicitar copia de la base de datos de egresados del Programa de Comunicación Social y Periodismo y de Psicología, con el fin de compartirles la encuesta que diseñamos para la propuesta de creación de una maestría en comunicación. Dicha encuesta tendrá como objetivo obtener su percepción sobre las demandas sociales, necesidades y expectativas de formación postgraduada para efectos de estructurar una propuesta de maestría en comunicación que responda a los retos sociales y comunicativos contemporáneos y a las necesidades de desempeño de los comunicadores en el entorno regional y nacional.

Por su atención, muchas gracias.
Atentamente,

ZULMA MARCELA MUÑOZ
Jefe de Programa de Comunicación Social y Periodismo

JAQUELINE GARCÍA PÁEZ
Coordinación y Comisión Maestría en Comunicación

ANEXO B: ENCUESTA

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

Cuestionario para establecer necesidades y expectativas de formación de potenciales aspirantes a Maestría en Comunicación en la USCO

Objetivo: obtener su percepción sobre las demandas sociales, necesidades y expectativas de formación postgraduada para efectos de estructurar una propuesta de maestría en comunicación que responda a los retos sociales y comunicativos contemporáneos y a las necesidades de desempeño de los comunicadores en el entorno regional y nacional.

DATOS GENERALES

Fecha de Aplicación de la Encuesta /_____/_____/_____/

1.-Nombre: _____

DOMICILIO ACTUAL:

2. Ciudad: _____

3. Teléfonos: _____

4. Correo electrónico: _____

Título profesional de pregrado: _____

5. Institución de la que egresó: _____

6. Año de egresado: _____

7. ¿Trabaja actualmente?

1. () Sí 2. () No

Sobre su actividad laboral actual o último empleo:

8. En qué empresa u organización está (estuvo) trabajando? _____

9. A qué sector pertenece la empresa u organización con la que desarrolló su última actividad?

—

10. Qué cargo se encuentra desempeñando, o desempeñó? _____

11. ¿Qué actividad realiza predominantemente en su actual actividad laboral?

(marque sólo una, la principal)

1. () Supervisión

2. () Dirección y coordinación

3. () Periodismo

4. () Investigación

5. () Actividades administrativas

6. () Gestión de proyectos

7. () Planeación y control

8. () Producción comunicativa

9. () Asesoría y consultoría

10. () Docencia, capacitación

11. Otra, cuál: _____

ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL

12. ¿Qué hace para mejorar su formación profesional?

1. () Nada
2. () Estudio por mi cuenta
3. () Solicito asesoría a profesores u otros profesionales
4. () Asisto a cursos y congresos
5. () Estudio otro posgrado

13. ¿Una vez que concluyó su pregrado optó por otro tipo de estudios?

1. () Sí, cuál(es): _____
2. () NO. Por qué?
 - a) Falta de interés
 - b) Falta de recursos económicos
 - c) Cambio de residencia
 - d) Compromisos personales
 - e) Otro. Cuál? _____

14. ¿Ha suspendido alguno de los estudios de postgrado iniciados?

1. () No
2. () Sí. ¿Por qué?
 - a) Falta de interés
 - b) Falta de recursos económicos
 - c) Cambio de residencia
 - d) Compromisos personales
 - e) Las condiciones de la Facultad no fueron favorables

MODALIDAD QUE PREFIERE PARA LA MAESTRÍA

15. Conoce instituciones que ofrecen formación en maestrías relacionadas con la comunicación? Cuáles?

1. Institución: _____
2. Nombre de la maestría: _____

16. ¿Si Usted fuera a cursar una Maestría, cuál de estas opciones preferiría?

1. () Maestría de Profundización
2. () Maestría de Investigación
3. () Mixta

17. Si Usted decide estudiar una maestría en comunicación, qué modalidad de estudios prefiere:

1. () Presencial de lunes a viernes
2. () Presencial 2 o 3 días a la semana
3. () Virtual con encuentros periódicos de fines de semana

18. Bajo una modalidad presencial de 2 o 3 días a la semana (semi-presencial) ¿qué días de la semana podría asistir a clase y qué horarios serían de su preferencia o le son factibles?

- Cuáles días de la semana? _____
- Horarios de su preferencia: _____

19. Qué contenidos temáticos considera que deberían incluirse en el plan de estudios?

Seleccione tres opciones indicando primera (1), segunda (2) y tercera (3) prioridad.

1. () Planificación y gestión de la comunicación.
2. () Comunicación pública y políticas públicas de comunicación.
3. () Comunicación en las organizaciones.
4. () Comunicación educación.
5. () Comunicación en salud.
6. () Comunicación y medio ambiente.
7. () Comunicación y género.
8. () Periodismo y política editorial de los medios.
9. () Comunicación y nuevas tecnologías.

10. () Producción audiovisual y TIC.

11. () Otro. ¿Cuál? _____

20. De las siguientes opciones de financiamiento por cuál optaría Usted para acceder a la maestría?

1. () Autofinanciamiento.

2. () Crédito educativo ICETEX.

3. () Beca / subvención.

4. () Otras, especifique: _____

IMPORTANCIA QUE LE CONCEDE A LAS SIGUIENTES AREAS DE PROFUNDIZACIÓN DE LA MAESTRÍA

De las siguientes áreas de profundización señale el grado de importancia que le concede		APRECIACIONES			
		Muy importante	Mediana mente importante	Algo importante	Nada importante
21	Planificación y gestión de la comunicación.				
22	Comunicación y nuevas tecnologías.				
23	Comunicación pública y políticas públicas de comunicación.				
24	Comunicación en las organizaciones.				

IMPORTANCIA QUE LE CONCEDE A LOS POSIBLES EJES O COMPONENTES DE LA MAESTRÍA

De los siguientes enunciados relacionados con la orientación y énfasis de la maestría señale el grado de importancia que le concede		APRECIACIONES			
		Muy importante	Mediana mente importante	Algo importante	Nada importante
25	Enfoques y modelos de planificación de la comunicación.				
26	Economía política de la comunicación.				
27	Gestión de la comunicación en las organizaciones.				
28	Aspectos teóricos sobre comunicación y nuevas tecnologías: concepciones, tendencias, usos, apropiación.				
29	Comunicación de lo público para el desarrollo humano equitativo e integral.				
30	Formación en investigación.				
31	Competencias para la participación ciudadana y el fortalecimiento de la democracia.				
32	Análisis crítico de la comunicación y los medios, creación e implementación de propuestas alternativas.				
33	Aprovechamiento de las TIC en los procesos comunicativos.				
34	Metodologías, técnicas e instrumentos de planificación.				

35. Indique qué aspectos considera importantes en materia de orientación, énfasis y contenidos que deba ofrecer la maestría, no contemplados en los puntos anteriores.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE ESTUDIAR UN POSGRADO

De los siguientes enunciados señale la respuesta que lo describe con mayor precisión		APRECIACIONES			
		Muy de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo
36	Deseo de saber más.				
37	Amo la vida universitaria y ella me exige mayor preparación en forma sistemática.				
38	Aprender nuevas cosas o profundizar en mis conocimientos me permite ser un mejor profesional.				
39	El desempeño de mi actividad laboral me exige mayor preparación para desenvolverme exitosamente en mi trabajo.				

RAZONES QUE INFLUYEN PARA ELEGIR LA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN QUE CURSARÉ UN POSGRADO.

Indique cuales de las siguientes razones influyen más en su decisión para realizar un postgrado.		APRECIACIONES			
		Muy importante	Mediana mente importante	Algo importante	Nada importante
40	El prestigio de la Institución.				
41	El equipo docente del programa de postgrado.				
42	El plan de estudios del postgrado.				
43	La cercanía geográfica a mi domicilio.				
44	El posgrado sólo se ofrece en esta Institución.				
45	No exige dedicación de tiempo completo.				
46	Recomendaciones de otros académicos.				
47	Facilidad de ingreso.				
48	Costos.				

COMPETENCIAS PROFESIONALES QUE MÁS VALORA

Teniendo en cuenta las competencias profesionales contempladas en el cuadro siguiente, califique la importancia que le atribuye a cada una de ellas para su desarrollo en la maestría.

ITEMS		APRECIACIONES			
		Muy importante	Mediana mente importante	Algo importante	Nada importante
49	Comunicación: Capacidad para comunicarse de manera efectiva a través de los distintos lenguajes, incluido el técnico y digital necesario para el ejercicio profesional.				

50	Pensamiento crítico: Capacidad para utilizar el conocimiento, la experiencia y el razonamiento para evaluar contextos, propuestas comunicativas y emitir juicios fundados.				
51	Solución de problemas: Capacidad para identificar problemas y oportunidades, planificar estrategias comunicativas y realizar intervenciones eficaces a partir de lo anterior.				
52	Gestión y emprendimiento: Capacidad para planificar, dirigir, organizar, monitorear y evaluar propuestas y proyectos de orden comunicativo y el desarrollo de iniciativas creativas e innovadoras.				
53	Uso de herramientas tecnológicas: Capacidad para apropiarse y usar críticamente herramientas tecnológicas básicas y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.				
54	Formación y consistencia ética: Capacidad para asumir principios éticos y respetar los principios del otro, como norma de convivencia social.				
55	Pensamiento Globalizado: Capacidad para comprender los aspectos interdependientes del mundo globalizado.				
56	Formación Ciudadana: Capacidad para integrarse a procesos colectivos, a la deliberación y decisión sobre asuntos públicos.				
57	Capacidad investigativa: valoración y apropiación del conocimiento científico, de generación y circulación de nuevos saberes.				

58. A partir de su experiencia y desempeños laborales, ¿cuáles son aquellos conocimientos y destrezas avanzados que en la actualidad están demandando las empresas, instituciones y organizaciones de la sociedad civil a los comunicadores sociales de nuestra región?

59. ¿Cuáles considera que son las tendencias en materia de formación y desempeño que demandarán las empresas, instituciones y organizaciones de la sociedad civil en la próxima década?

MUCHAS GRACIAS