



**UNIVERSIDAD DE MEDELLIN**

**CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN**

**ACUERDO 71**

**de 15 de julio de 2013**

**ACTA 1.477**

Por el cual se crea el programa de **Especialización en Comunicación Estratégica para la Web** modalidad a distancia metodología virtual, adscrito a la Facultad de Comunicación.

El CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN, en ejercicio de sus atribuciones estatutarias y de lo preceptuado en el artículo 28 de la ley 30 de 28 de diciembre de 1992, y

**CONSIDERANDO:**

Que de acuerdo con la ley 30 de educación superior, los programas de formación universitaria deben tener un carácter científico que además de preparar para el cultivo del intelecto y para el ejercicio académico, desarrollen la dimensión instrumental de los profesionales.

Que los cambios en las dinámicas de mercado exigen ajustar las comunicaciones a las exigencias globales, utilizando los códigos precisos para la producción de bienes y servicios por parte de las empresas locales imponiendo un cambio frente a la cultura corporativa.

Que el enfoque estratégico, favorece la creación de proyectos empresariales orientados directamente a la generación de ideas que den valor a sus realizadores y al todo del que hacen parte, la empresa y por ende a la sociedad.

Que es necesario formar investigadores que conozcan a fondo los problemas que surgen en la nueva nube del ciberespacio y puedan transformar en estructuras reales, en aplicativos, en formatos, en lenguajes, en símbolos o en cualquier otra forma tecnológica apropiada que ayude a mejorar la calidad de vida de las personas.

**ACUERDA:**

**Artículo 1.** Crear el programa de **Especialización en Comunicación Estratégica para la Web** modalidad a distancia, metodología virtual adscrito a la Facultad de Comunicación, conducente al título de **Especialista en Comunicación Estratégica para la Web**.



## UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

**Artículo 2. Objeto de estudio.** El objeto de estudio de la Especialización en Comunicación Estratégica para la Web metodología virtual de la Universidad de Medellín es el intercambio de sentidos de forma estratégica apoyado en nuevas tecnologías del cual las organizaciones crearán lazos cercanos con sus diferentes públicos para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

**Artículo 3.** El programa de Especialización en Comunicación Estratégica para la Web metodología virtual comprende el siguiente plan de formación, el cual incluye tres Unidades de Organización Curricular: Investigación, estrategia y Generación de contenidos web.

### U.O.C. Investigación

- Seminario de investigación I
- Investigación aplicada a negocios basados en conocimiento
- Seminario de investigación II

### U.O.C. Estrategia

- Comunicación estratégica
- Estrategia enfocada en la web
- Gestión de proyectos
- Marketing para la web
- Comportamiento del usuario web (Electiva II)
- Posicionamiento de marca (Electiva II)

### U.O.C. Generación de contenidos web

- Dirección de arte digital (Electiva I)
- Análisis y diseño de datos e información web
- Estándares y control de calidad en la web (Electiva I)
- Creación y gestión de contenidos para la web
- Tendencias web

**Artículo 4. Descripción de las Unidades de Organización Curricular.** Los seminarios que pertenecen a cada Unidad de Organización Curricular tienen en común un problema y un propósito de formación, que se describen a continuación:

UOC	Descripción	Problema de Formación	Propósito de Formación
UOC Estrategia	El estudio de las estructuras administrativas propias de las empresas basadas en conocimiento y	El problema que sirve como núcleo de formación de esta UOC es la concepción	Las necesidades de micro segmentación de mercado en Internet traen consigo nuevos retos de promoción que estén acordes con las



## UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

	<p>que usan la Internet como plataforma principal de negocios de tal forma que deben aprenderse técnicas y metodologías apropiadas para la correcta gestión de proyectos en este ámbito. De esta forma, conocer los lineamientos principales que conforman un proyecto orientado hacia Internet y la forma como se administra y se ejecuta buscando criterios de eficiencia.</p>	<p>estratégica dentro de la empresa que emplea la comunicación como piedra angular a través de la cual se articulan los procesos y se generan sinérgicamente las acciones que mejoran la eficiencia de los procesos y llevan al éxito corporativo.</p>	<p>posibilidades dadas hoy día por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Las exigencias de nuevos y mejores servicios por parte de los consumidores impone que la comunicación sea abordada desde un punto de vista estratégico puesto que para las compañías deben abordar más que campañas publicitarias, verdaderas estrategias comunicativas. El estudio de la aplicación de modelos estratégicos corporativos que tengan como eje central la comunicación como generadora de procesos y mecanismos de cambio y mejoramiento continuo, dentro de la empresa. El conocimiento de técnicas y metodologías específicas que faciliten el aprovechamiento de las oportunidades de promoción de todo índole (libres y con costo) ofrecidas hoy día por la Internet son parte de los propósitos de formación de esta UOC.</p>
--	--	--	--

MODIFICADO MEDIANTE RESOLUCIÓN 3200 DE JUNIO 16 DE 2015



## UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

<p>UOC Generación de contenidos para la web</p>	<p>La información sobre Internet conlleva características de construcción y de estructuración técnicas específicas (hipertextual, hipermedial) así como requerimientos morfológicos (de diseño y semióticos) que dependen de los medios empleados. Las tendencias en el manejo digital de la Imagen han ido orientándose paulatinamente hacia la preponderancia de la usabilidad que determinan los dispositivos móviles. Las Interfaces gráficas así como los aplicativos han adquirido sus propios requerimientos y características diferenciadoras que implican un conocimiento técnico de las herramientas y los formatos empleados y de las tendencias que vienen delineándose en este ámbito.</p>	<p>Así pues, la Internet implica la adquisición de habilidades adecuadas que faciliten que los contenidos publicados tengan mayor difusión e impacto de acuerdo con los requerimientos estratégicos de la compañía.</p>	<p>Conocer las técnicas y metodologías para la implementación adecuada de aplicaciones administradoras de contenidos basadas en Internet (CMS) lleva a un mejor aprovechamiento de las posibilidades con las que se cuentan en Internet hoy día y será el propósito de formación de esta UOC. Adicionalmente, es importante plantear el conocimiento de las tendencias gráficas para la web tanto desde el punto de vista técnico como de su aplicación en la construcción de Interfaces que se adecúen a estándares de usabilidad de diferentes tipos de plataformas y aplicativos.</p>
---	---	---	--

COMITENTE  
MODIFICADO MEDIANTE EL ACUERDO # 32 DE JUNIO 16 DE 2015



**UNIVERSIDAD DE MEDELLIN**

UOC Investigación	Las cambiantes estructuras propias de la Internet llevan de manera imprevisible al surgimiento permanente de nuevas tendencias tanto técnicas como semiológicas que implican una concepción dinámica de las metodologías de investigación de tal forma que aporte estratégicamente en el reconocimiento de nuevos nichos de mercado y nuevas oportunidades en la generación de negocios basados en conocimiento.	Es necesario el estudio y la implementación de metodologías adecuadas para la adquisición y modelamiento de datos a partir de Internet que faciliten estratégicamente su uso dentro de las tendencias de negocios basados en conocimiento.	Desarrollar un pensamiento crítico, analítico y creativo que faculte al egresado de la especialización para valorar y generar conocimiento en el campo de la comunicación para la web. Desarrollar habilidades que le permitan, a partir de una lectura del contexto social, generar proyectos conducentes a la resolución de los problemas sociales, dentro y fuera de la web.
----------------------	--	--	--

**Artículo 5.** El plan de formación con la distribución de las asignaturas por niveles y sus correspondientes créditos, se fija como sigue, en el caso de las electivas se selecciona sólo una por semestre:

<b>PRIMER SEMESTRE</b>			
<b>Seminario</b>	<b>Créditos</b>	<b>Tiempo directo</b>	<b>Trabajo independiente Asesorías y tutorías</b>
Seminario de investigación I	2	32	64
Investigación aplicada a negocios basados en conocimiento	2	32	64
Comunicación estratégica	3	48	96
Gestión de proyectos web	2	32	64

COPIA AUTÉNTICA  
 MODIFICADO MEDIANTE EL ACUERDO # 32 DE JUNIO 16 DE 2015



**UNIVERSIDAD DE MEDELLIN**

Análisis y diseño de datos e información web	2	32	64
Dirección de arte digital (Electiva I)	3	48	96
Estándares y control de calidad en la web (Electiva I)	3	48	96
<b>TOTAL PRIMER SEMESTRE</b>	<b>14</b>	<b>224</b>	<b>448</b>

<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>			
<b>Seminario</b>	<b>Créditos</b>	<b>Tiempo directo</b>	<b>Trabajo independiente Asesorías y tutorías</b>
Seminario de investigación II	2	32	64
Estrategias enfocadas en la web	3	48	96
Marketing para la web	2	32	64
Creación y gestión de contenidos para la web	2	32	64
Tendencias web	2	32	64
Comportamiento del usuario web (Electiva II)	3	48	96
Posicionamiento de marca (Electiva II)	3	48	96
<b>TOTAL SEGUNDO SEMESTRE</b>	<b>14</b>	<b>224</b>	<b>448</b>
<b>TOTAL CRÉDITOS ESPECIALIZACIÓN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA WEB (VIRTUAL)</b>	<b>28</b>	<b>448</b>	<b>896</b>

**Artículo 6.** Las asignaturas de Seminario de investigación I y de Seminario de investigación II, serán orientadoras para el desarrollo de un proyecto en la figura de monografía que será presentado como trabajo de grado con las asesorías temáticas y metodológicas respectivas. La evaluación será consecuente con el proceso de asesoría y se determinará en forma cualitativa.



## UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

Las monografías que se requieren como trabajos de grado, se encauzarán dentro de los siguientes temas, que están enmarcados en las líneas generales de investigación de la Facultad de Comunicación:

- Entornos virtuales
- Comunicación gráfica
- Comunicación publicitaria
- Marca

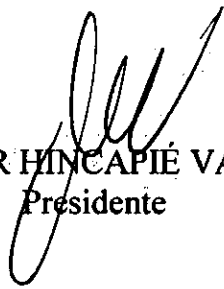
**Artículo 7.** Los trabajos de grado se encauzarán dentro de los temas, que están enmarcados en las líneas generales de investigación de la Facultad de Comunicación.

**Artículo 8. Sistema de evaluación.** El sistema de evaluación aplicable a los estudiantes de la especialización, será el establecido en el reglamento académico y disciplinario para estudiantes de postgrado de la Universidad de Medellín.

**Artículo 9. Vigencia.** El presente acuerdo rige a partir de la fecha de expedición.

**Comuníquese y cúmplase.**

Dado en Medellín, en la sala de sesiones de la Rectoría, a los quince (15) días del mes de julio de dos mil trece (2013).

  
NÉSTOR HINCAPIÉ VARGAS  
Presidente

  
JUAN FELIPE HERNÁNDEZ GIRALDO  
Subsecretario General

COMITENTE  
MODIFICADO MEDIANTE EL ACUERDO # 32 DE JUNIO 16 DE 2015