



Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

Carlos Andrés Torres Palencia

Trabajo de grado presentado para optar al título de Periodista

Tutor

Juan Carlos Pimienta Mesa

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Periodismo
Medellín, Antioquia, Colombia
2022

Cita	Torres Palencia, 2018
Referencia	Torres Palencia, C. A. (2018). <i>Creación de empresa periodística, 2018</i> Trabajo de grado profesional. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/Director: Edwin Carvajal Córdoba.

Jefe departamento: Juan David Rodas.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Agradecimientos

Mi mayor agradecimiento en primer lugar es para el universo por ponerme en la Universidad de Antioquia y poder compartir con grandes seres que allí habitan. En segundo lugar, a mi familia por la motivación y la ayuda que me brindaron durante este recorrido. Como último, le extiendo mi agradecimiento al profesor Juan Carlos Pimiento Mesa, quien me enseñó y guió en este proceso formativo, al igual que la profesora Diana Ramírez, por contribuir a la búsqueda de mi vocación como periodista; solo quedar dar infinitas gracias por compartir su conocimiento conmigo y dejar en alto la excelencia que representan como docentes de la Universidad de Antioquia.

Tabla de contenido

RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
DATOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA.....	11
HISTORIA DE LA INTERNE.....	19
La web.....	21
PLATAFORMAS.....	24
PÚBLICO OBJETIVO.....	29
GRUPOS Y SEMILLEROS.....	76
ENCUESTA RÁPIDA.....	84
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING.....	90
Análisis de la marca.....	93
Estrategias y tácticas.....	97
DISEÑO DEL SITIO WEB.....	106
REFERENCIAS.....	111

Lista de tablas

Tabla 1	Datos generales de la Universidad de Antioquia (facultades).....	11
Tabla 2	Datos generales de la Universidad de Antioquia (escuelas e instituto).....	16
Tabla 3	Datos generales de la Universidad de Antioquia (corporaciones).....	17
Tabla 4	Datos de plataformas web más populares.....	26
Tabla 5	Datos de los medios informativos de la Universidad de Antioquia.....	29
Tabla 6	Datos del sistema de revistas de la Universidad de Antioquia.....	36
Tabla 7	Datos de las revistas de Ciencias Sociales y Humanas.....	38
Tabla 8	Datos generales de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.....	40
Tabla 9	Datos generales de la Facultad de Comunicaciones.....	41
Tabla 10	Datos generales de la Facultad de Derecho.....	41
Tabla 11	Datos generales de la Facultad de Educación.....	42
Tabla 12	Datos generales de la Facultad de Arte.....	42
Tabla 13	Datos generales de los programas de la Universidad de Antioquia.....	46
Tabla 14	Datos generales del estrato socioeconómico de los estudiantes.....	52
Tabla 15	Datos grupos investigativos y semilleros de la Universidad de Antioquia.....	76
Tabla 16	Datos sobre: ¿qué tipo de trabajos académicos publicarías?	87
Tabla 17	Matriz DOFA.....	93
Tabla 18	Matriz PESTEL.....	95
Tabla 19	Acciones estratégicas.....	97
Tabla 20	Canales difusores de contenidos.....	99
Tabla 21	Horario de las publicaciones.....	100
Tabla 22	Plan de redes.....	102
Tabla 23	Planes y costos del sitio web.....	107

Lista de figuras

Figura 1	Totalidad de estudiantes de la Universidad de Antioquia y su sexo.....	18
Figura 2	Total de estudiantes por sexo y facultad.....	43
Figura 3	Total de estudiantes por edad y facultad.....	45
Figura 4	Encuesta 1: ¿Ha publicado trabajos académicos?.....	85
Figura 5	Encuesta 2: ¿Qué inconvenientes presentó al publicar un trabajo académico?...	85
Figura 6	Encuesta 3: ¿Faltan medios para divulgar trabajos académicos?.....	86
Figura 7	Encuesta 4: ¿Si hubiera un medio publicarías?.....	86
Figura 8	Encuesta 6: ¿Con qué frecuencia se informan por redes sociales?.....	88
Figura 9	Encuesta 7: ¿Con qué frecuencia revisa el correo?.....	89

Resumen

¿Haz publicado alguna vez un trabajo académico?, si la respuesta no es alentadora, no te preocupes, un gran porcentaje de los estudiantes de educación superior finalizan sus estudios universitarios sin dar a conocer las creaciones académicas que realizaron durante su formación. Esto se debe a que en muchos de los institutos no se cuenta con medios de comunicación que divulgue trabajos académicos; o en el peor de los casos, que se cuente con el medio pero que al momento de publicar algún contenido se exija una serie de criterios que difícilmente el estudiante cumple a cabalidad, dejándolo en desventaja ante personas ya tituladas y con gran trayectoria académica.

Dado el caso contrario, en que hayas logrado hacer algún tipo de publicación en un medio institucional, eres de esos estudiantes que encabeza la pequeña lista que logró vivir la experiencia de compartir su conocimiento con otras comunidades, generando así un portafolio que se sumará a la experiencia como profesional.

Es por ello que, esta investigación y posterior desarrollo de este Trabajo de Grado busca que los estudiantes universitarios cuenten con un medio de comunicación que divulgue sus contenidos académicos durante su trayectoria formativa, y que su vez desarrollen habilidades profesionales para el mercado laboral y competitivo.

Uno de los casos anteriormente mencionados sucede en la Universidad de Antioquia, donde convergen diversos medios de comunicación que informan y divulgan contenidos de la comunidad universitaria. Estos a su vez cuentan con una serie de criterios editoriales que de cierta forma recrean unos filtros que no todos los involucrados logran cumplir, evitando que trabajos con un gran potencial trasciendan más allá del escrito e investigado por el estudiante, llegando así a un solo fin, la papelera de reciclaje.

Palabras clave: trabajos académicos, investigación, difusión de trabajos

Abstract

Have you ever published an academic work? If the answer is not encouraging, don't worry, a large percentage of higher education students finish their university studies without disclosing the academic creations they made during their training. This is due to the fact that in many of the institutes there are no media outlets that disseminate academic work. Or in the worst case, that the medium is available but that at the time of publishing some content a series of criteria is required that the student hardly fully meets, leaving him at a disadvantage compared to people who have already graduated and have a great academic career.

Given the opposite case, in which you have managed to make some kind of publication in an institutional environment, you are one of those students who heads the small list that managed to live the experience of sharing their knowledge with other communities, thus generating a portfolio that will be added to the experience as a professional.

The research and subsequent development of this Degree Project seeks that university students have a means of communication that disseminates their academic content during their training career, and in turn develop professional skills and integrate marginal communities. Preventing the content created from being archived or, in the worst case, ending up in the recycling bin.

One of the aforementioned cases occurs at the University of Antioquia, where various media converge to inform and disseminate content from the university community. These, in turn, have a series of editorial criteria that in a certain way recreate filters that not all those involved manage to comply with, preventing works with great potential from transcending beyond what is written and researched by the student, thus reaching a single purpose. the recycle bin.

Keywords: academic papers, research, dissemination of works

Introducción

Actualmente la Universidad de Antioquia cuenta con treinta y seis mil dieciséis – 36016 – matriculados en el semestre 2018-2, en el que algunos de ellos manifestaron tener algún inconveniente al momento de publicar sus contenidos académicos, otros simplemente no publican porque no encuentran un medio acorde a su perfil como estudiante.

Es por ello que el desarrollo de este trabajo investigativo tuvo como epicentro la Universidad de Antioquia. Brindando en primera instancia datos generales del campus universitario, donde se describe detalladamente la articulación de sus diferentes unidades académicas y áreas de formación ofrecidas por cada una de ellas. Seguido de un recorrido por la historia la Internet y la evolución que ha tenido desde su creación, y posteriormente nombraremos las plataformas más usadas en la actualidad y la función que cumple.

Luego nos entrañaremos en el público objetivo, que como el mismo trabajo lo indica, son los estudiantes de la Universidad de Antioquia. El análisis realizado arroja datos de los alumnos matriculados en las diferentes facultades, los medios de comunicación que incorpora la Alma Mater, el lugar de procedencia de los estudiantes, las revistas, entre otros datos que contribuyen a la segmentación del público al cual nos estamos dirigiendo.

Por otra parte, se les realizó a los estudiantes un cuestionario relacionado con los medios de la institución, las dificultades que pudieron haber presentado al momento de publicar algún contenido académico, como también su opinión sobre el tipo de publicación que realizarían en un medio que divulgue contenidos creados por ellos.

Posteriormente se incorporó un plan estratégico de marketing digital, el cual nos ayudará con el proceso de estrategias que nos ayudaran al posicionamiento del medio, como también nos dará a conocer el mercado al cual nos dirigimos, y del mismo modo, contribuiría al cumplimiento de los objetivos planeados por el medio. Logrando así medir el flujo de audiencia y establecer las nuevas

tácticas a seguir según el comportamiento del mercado. Por último, tenemos el diseño del sitio Web. Un espacio que permite la interactividad con la audiencia y sus diferentes canales informativos, como también contiene a modo de sostenibilidad una serie de productos y servicios brindados a la comunidad en general.

Datos generales de la Universidad de Antioquia

La Universidad de Antioquia es reconocida como una de las mejores universidades públicas de Colombia, eso según la publicación realizada por el periódico *El Colombiano* el 13 de septiembre de 2018, donde revela un estudio realizado por la revista *britanica Times Higher Education*, en la que muestra el desempeño de las universidades latinoamericanas, ubicando en el puesto número 20 al Alma Mater.

Su campus principal se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín, y cuenta con sedes cercanas a ella, tales como: el área de la Salud, Edificio el Paraninfo, Edificio Antioquia y Ciudadela Robledo. En las regiones tiene sede en Puerto Berrío, Yarumal, Turbo, Santa Fe de Antioquia, Sonsón, Andes, Apartadó, Carmen de Viboral y Segovia.

La Universidad de Antioquia viene realiza su labor de docencia, extensión e investigación integrada en sus 25 unidades académicas, divididas en 14 facultades, 4 escuelas, 4 institutos y 3 corporaciones. Las cuales nombraremos a continuación:

Facultades	Programas	Posgrados
Arte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artes Plásticas. ➤ Licenciatura en Educación en Artes Plásticas. ➤ Tecnología en Artesanías. ➤ Música. ➤ Licenciatura en Música. ➤ Música Canto. ➤ Arte Dramático. ➤ Licenciatura en Educación Básica en Danza. ➤ Licenciatura en Teatro. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Artes. ➤ Maestría en Artes. ➤ Maestría en Músicas de América Latina y el Caribe. ➤ Maestría en Dramaturgia y Dirección. ➤ Maestría en Gestión Cultural. ➤ Maestría en Historia del Arte. ➤ Proceso de acreditación - M. en Historia del Arte. ➤ Especialización en Técnica Vocal para Actores. ➤ Especialización en Dramaturgia.
Ciencias Agrarias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medicina Veterinaria. ➤ Zootecnia. ➤ Ingeniería Acuícola ➤ Ingeniería. Agropecuaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias Animales. ➤ Doctorado en Ciencias Veterinarias. ➤ Maestría en Ciencias Animales. ➤ Maestría en Ciencias Veterinarias.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medicina Veterinaria. ➤ Tecnología en Gestión de Insumos Agropecuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Agronegocios.
Ciencias Económicas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración de Empresas. ➤ Contaduría Pública. ➤ Desarrollo Territorial. ➤ Economía. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Administración. ➤ Maestría en Economía. ➤ Maestría en Finanzas. ➤ Maestría en Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación. ➤ Maestría en Gestión Humana. ➤ Maestría en Políticas Públicas. ➤ Especialización en Auditoría y Control de Gestión. ➤ Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos. ➤ Especialización en Gestión Tributaria. ➤ Especialización en Responsabilidad Social Empresarial.
Ciencias Exactas y Naturales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnología Química. ➤ Pregrado en Química. ➤ Pregrado en Biología. ➤ Pregrado en Astronomía. ➤ Pregrado en Física ➤ Pregrado en Estadística. ➤ Pregrado en Matemáticas. ➤ Tecnología Química. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Biología. ➤ Doctorado en Biotecnología. ➤ Doctorado en Ciencias Químicas. ➤ Doctorado en Física. ➤ Doctorado en Matemáticas. ➤ Maestría en Biología. ➤ Maestría en Ciencias Químicas. ➤ Maestría en Enseñanza de las Matemáticas. ➤ Maestría en Física. ➤ Maestría en Matemáticas.
Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Química Farmacéutica. ➤ Ingeniería de Alimentos. ➤ Tecnología en Regencia de Farmacia. ➤ Tecnología de Alimentos. ➤ Ciencias Culinarias. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias. ➤ Maestría en Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias. ➤ Especialización Tecnológica en Regencia de Farmacia.
Ciencias Sociales y Humanas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Antropología. ➤ Historia. ➤ Psicología. ➤ Sociología. ➤ Trabajo Social. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias Sociales. ➤ Doctorado en Psicoanálisis. ➤ Maestría en Antropología. ➤ Maestría en Historia ➤ Maestría en Intervención Social, énfasis en posconflicto y paz. ➤ Maestría en Investigación Psicoanalítica. ➤ Maestría en Psicología.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Sociología ➤ Especialización en Problemas de la Infancia y de la Adolescencia. ➤ Especialización en Psicología Organizacional. ➤ Especialización en Psicopatología y Estructuras Clínicas.
Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicaciones ➤ Periodismo. ➤ Filología Hispánica. ➤ Comunicación Audiovisual y Multimedial. ➤ Comunicación Social – Periodismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Literatura. ➤ Doctorado en Lingüística. ➤ Maestría en Comunicaciones. ➤ Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales. ➤ Maestría en Literatura. ➤ Maestría en Lingüística.
Derecho y Ciencias Políticas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Derecho. ➤ Ciencia Política. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especialización en Derecho Administrativo. ➤ Especialización en Derecho Administrativo. ➤ Especialización en Derecho Constitucional. ➤ Especialización en Derecho de la Seguridad Social. ➤ Especialización en Derecho Privado. ➤ Especialización en Derecho Procesal. ➤ Especialización en Derecho Procesal. ➤ Especialización en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. ➤ Especialización en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario ➤ Especialización en Derecho Urbanístico
Educación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciatura en Ciencias Naturales. ➤ Licenciatura en Literatura y Lengua Castellana. ➤ Licenciatura en Física. ➤ Licenciatura en Matemáticas. ➤ Licenciatura en Educación Especial. ➤ Licenciatura en Pedagogía Infantil. ➤ Licenciatura en Ciencias Sociales. ➤ Licenciatura en Pedagogía de la Madre Tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Educación. ➤ Maestría en Educación. ➤ Maestría en Educación, metodología virtual. ➤ Maestría en Educación en Ciencias Naturales. ➤ Maestría en Estudios en Infancias. ➤ Especialización en Pedagogía.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

<p>Enfermería</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enfermería. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Enfermería. ➤ Maestría en Enfermería. ➤ Maestría en Salud Colectiva. ➤ Maestría en Salud Colectiva. ➤ Especialización Cuidado en Enfermería al Paciente con Cáncer y su Familia. ➤ Especialización en Enfermería en Cuidado al Niño en Estado Crítico de Salud. ➤ Especialización en Enfermería en Cuidado del Adulto en Estado Crítico de Salud.
<p>Ingeniería</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bioingeniería. ➤ Ingeniería Aeroespacial. ➤ Ingeniería Agroindustrial. ➤ Ingeniería Ambiental. ➤ Ingeniería Bioquímica. ➤ Ingeniería Civil. ➤ Ingeniería Energética. ➤ Ingeniería Eléctrica. ➤ Ingeniería Electrónica. ➤ Ingeniería Industrial. ➤ Ingeniería de Materiales. ➤ Ingeniería Mecánica. ➤ Ingeniería Oceanográfica. ➤ Ingeniería Química. ➤ Ingeniería Sanitaria. ➤ Ingeniería de Sistemas. ➤ Ingeniería de Telecomunicaciones. ➤ Ingeniería Urbana. ➤ Tecnología Agroindustrial. ➤ Tecnología Biomédica. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ingeniería Ambiental. ➤ Doctorado en Ingeniería de Materiales. ➤ Doctorado en Ingeniería Electrónica y de Computación. ➤ Doctorado en Ingeniería Química. ➤ Maestría en Gestión Ambiental. ➤ Maestría en Ingeniería. ➤ Maestría en Ingeniería Ambiental. ➤ Maestría en Ingeniería de Materiales. ➤ Maestría en Ingeniería de Telecomunicaciones. ➤ Maestría en Ingeniería Mecánica. ➤ Maestría en Ingeniería Química. ➤ Especialización en Análisis y Diseño de Estructuras. ➤ Especialización en Finanzas. ➤ Especialización en Gestión Ambiental. ➤ Especialización en Gerencia de Mantenimiento. ➤ Especialización en Logística Integral. ➤ Especialización en Manejo y Gestión del Agua. ➤ Especialización en Medio Ambiente y Geoinformática. ➤ Especialización en Preparación y Evaluación de Proyectos Privados.
<p>Medicina</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medicina. ➤ Instrumentación Quirúrgica. ➤ Técnica Profesional en Atención Prehospitalaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Medicina Clínica ➤ Maestría en Educación Superior en Salud. ➤ Maestría en Epidemiología Clínica. ➤ Maestría en Telesalud.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Terapia Familiar y de Pareja. ➤ Alergología Clínica Anestesiología y Reanimación. ➤ Cirugía General. ➤ Cirugía Plástica Maxilofacial y de la Mano. ➤ Dermatología. ➤ Ginecología y Obstetricia. ➤ Medicina Aplicada a la Actividad Física y al Deporte. ➤ Medicina de Urgencias. ➤ Medicina Física y Rehabilitación. ➤ Medicina Interna. ➤ Neurocirugía. ➤ Neurología. ➤ Oftalmología. ➤ Ortopedia y Traumatología. ➤ Otorrinolaringología y Cirugía de Cabeza y Cuello. ➤ Patología. ➤ Pediatría. ➤ Psiquiatría. ➤ Radiología. ➤ Toxicología Clínica. ➤ Urología.
Odontología	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odontología. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en ciencias odontológicas. ➤ Maestría en ciencias odontológicas. ➤ Especialidad clínica en endodoncia. ➤ Especialización clínica en odontología integral del adulto. ➤ Especialización clínica en ortodoncia. ➤ Especialización clínica en ortopedia maxilar. ➤ Especialización cirugía oral y maxilofacial.
Salud Pública	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración en Salud con énfasis en Gestión de Servicios de Salud. ➤ Administración en Salud con énfasis en Gestión Sanitaria y Ambiental. ➤ Gerencia de Sistemas de Información en Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en salud pública. ➤ Doctorado en epidemiología. ➤ Maestría en salud pública. ➤ Maestría en epidemiología. ➤ Maestría en salud mental. ➤ Maestría en salud ocupacional. ➤ Especialización en seguridad y salud en el trabajo.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnología en Saneamiento Ambiental. ➤ Tecnología en Sistemas de Información en Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especialización en administración de servicios de salud. ➤ Especialización en auditorías en salud.

Escuelas	Pregrados	Posgrado
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciatura Lenguas Extranjeras con Énfasis Inglés y francés. ➤ Licenciatura en Lenguas Extranjeras. ➤ Traducción inglés - francés – español. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Enseñanza y Aprendizaje de las Lenguas Extranjeras. ➤ Maestría en Traducción.
Bibliotecología	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bibliotecología. ➤ Archivística. ➤ Tecnología en Archivística. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especialización en Edición de Publicaciones. ➤ Especialización en Gerencia de Servicios de Información. ➤ Maestría en Ciencia de la información.
Microbiología	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Microbiología Industrial y Ambiental. ➤ Microbiología y Bioanálisis. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Microbiología y Bioanálisis. ➤ Doctorado en Microbiología.
Nutrición y Dietética	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nutrición y Dietética. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Ciencias de la Alimentación y Nutrición Humana.

Institutos	Pregrados	Posgrado
Filosofía	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Filosofía ➤ Licenciatura en Filosofía 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Filosofía. ➤ Especialización en Estudios Internacionales. ➤ Maestría en Filosofía.
Educación Física	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrenamiento Deportivo. ➤ Licenciatura en Educación Física. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Motricidad y Desarrollo Humano. ➤ Especialización en Administración Deportiva. Énfasis en proyectos. ➤ Especialización en Educación Física: Entrenamiento Deportivo. ➤ Especialización en Educación Física: Actividad Física y Salud.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

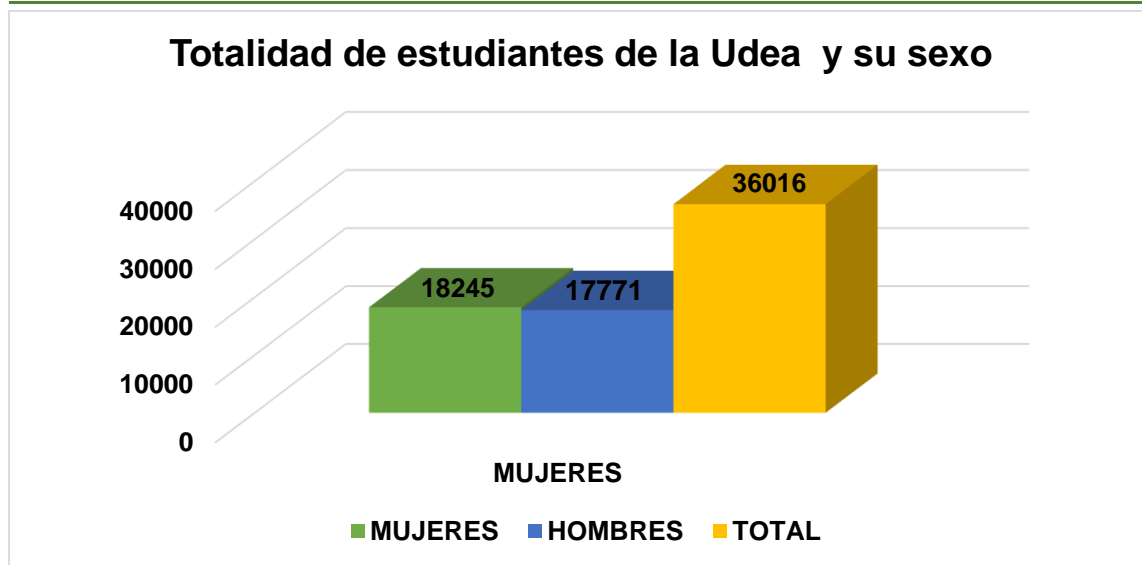
<p>Estudios Políticos</p>	<p>Esta área académica promueve, orienta y lleva a cabo la investigación, docencia y extensión en el campo de los estudios políticos, esto desde una perspectiva interdisciplinaria centrada en el análisis de las formas peculiares que adopta la política colombiana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Ciencia Política.
<p>Estudios Regionales</p>	<p>Este instituto trabaja en la investigación interdisciplinar y la formación académica de la comunidad universitaria, en ella se orienta en trabajo creativo e incluyente para la producción de conocimiento, en aporte a la formulación de políticas públicas y la gestión para el cambio social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios Socioespaciales. ➤ Teorías, Métodos y Técnicas en Investigación Social.

Corporaciones	Pregrados	Posgrado
<p>Ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ecología de Zonas Costeras. ➤ Gestión en Ecología Y Turismo. ➤ Oceanografía. ➤ Tecnología en Ecología y Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias del Mar. ➤ Maestría en Ciencias del Mar. ➤ Maestría en Biotecnología. ➤ Maestría en Ciencias Ambientales.
<p>Ciencias Básicas Biomédicas</p>	<p>Esta Corporaciones Académicas que tiene como fin</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias Básicas Biomédicas. ➤ Maestría en Ciencias Básicas Biomédicas.

	adelantar trabajos interdisciplinarios en áreas de las Ciencias Básicas Biomédicas, el cual se apoya en los grupos de investigación adscritos a distintas facultades, escuelas e institutos.	
Patologías Tropicales	La Corporación para el Estudio de las Patologías Tropicales (CAEPT) es una organización que se enfoca en la gestión y administración de proyectos de investigación, docencia y extensión en el campo de las enfermedades tropicales y afines.	

Actualmente el Alma Mater cuenta con treinta y seis mil dieciséis -36016- estudiantes según los datos estadísticos brindados por el área Administrativa de la universidad, donde dieciocho mil doscientos cuarenta y cinco -18245- son mujeres y diecisiete mil setecientos setenta y uno - 17771- son hombres. Estas cifras se encuentran actualizadas hasta el segundo semestre de 2018, en el que se evidencian los estudiantes que están cursando actualmente sus estudios de pregrado en la Universidad de Antioquia.

Representación gráfica 1



Historia de la Internet

Se entiende que un sitio web es aquel se encuentra alojado en Internet, pero antes de entrar en materia sobre ¿qué es la Web?, hablaremos un poco sobre la Internet y la evolución que ha tenido desde su creación. Esto con el fin de contextualizar y comprender lo que es un sitio web. El concepto de internet se originó en los años 50, cuando la idea de comunicarse con otras personas a través de computadoras generó un método que consistía en conectar ordenadores a través de largas distancias. Ese método era usado por la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa –ARPA–, una agencia del Departamento de Defensa de Estados Unidos, encargada del desarrollo de nuevas tecnologías con fines militares.

ARPA fue creada en 1958 como consecuencia de la llamada Guerra Fría, al ver la rápida capacidad de desarrollo tecnológico de la Unión Soviética, en 1972 esta agencia cambio su nombre por Defense Advanced Research Projects Agency –DARPA–. Muchos de los aportes al desarrollo del Departamento de Defensa de Estados Unidos, se le debe a Joseph Carl Robnett Licklider, un informático teórico e investigador. Lincklider fue considerado una de las figuras más importantes en ciencia computacional y de historia de la informática.

Lo recuerdan particularmente por ser unos de los primeros que previó la computación interactiva moderna. En octubre de 1962, Licklider fue nombrado jefe de la oficina de procesamiento de información DARPA, y empezó a formar un grupo informal dentro del DARPA del Departamento de Defensa de los Estados Unidos para investigaciones sobre ordenadores más avanzadas (Licklider, 2002:1).

En 1969 Robert Taylor, un informático teórico siguió la idea de Joseph Carl Robnett Licklider y aportó una nueva forma de desarrollo para internet, consistente en un sistema de redes interconectadas, cuyo nombre sería ARPANET. En 1969 se crea la primera red de ARPANET y posteriormente se lanzó en 1972, creciendo rápidamente la forma de integración, dando así entrada a la internet.

Robert Taylor intentó hacer reales las ideas de Licklider sobre un sistema de redes interconectadas. Junto con Larry Roberts del MIT, inició un proyecto para empezar con una red similar. La primera conexión de ARPANET se estableció el 21 de noviembre de 1969, entre la Universidad de California, Los Ángeles y el Instituto de Investigaciones de Stanford (Licklider, 2002: 2).

Luego de la creación de Internet, se logra esparcir fuera de las instalaciones investigativas de ARPANET, este concepto. Logrando penetrar en la sociedad, generando métodos para poder navegar dentro del internet, brindando una mayor experiencia en el cruce de información entre diferentes receptores y al mismo tiempo siendo ellos generadores de contenidos. Es así como se le da entrada a la web en los 90, una revolución que se logró gracias a las diferentes redes interconectadas entre sí.

Se entiende como un sitio Web o World Wide Web -red informática de distribución de documentos, de hipertexto o hipermedia interconectados vía Internet- como también se conoce, a aquel que se encuentra alojado en internet. Un medio tecnológico que se implementó en los 90, aportando una mejor interacción, navegación, distribución de documentos, de hipertexto o hipermedia.

Este desarrollo se introdujo exactamente en 1992, supliendo la necesidad de compartir información entre los diferentes ordenadores conectados por nodos -la informática define un nodo como un punto de intersección, unión o conexión de varias redes que convergen en el mismo lugar-.

La World Wide Web o simplemente WWW o Web es uno de los métodos más importantes de comunicación que existe en Internet. Consiste en un sistema de información basada en Hipertexto (texto que contiene enlaces a otras secciones del documento o a otros documentos). La información reside en forma de páginas Web en ordenadores que se denominan servidores Web y que forman los nodos de esta telaraña (Alonso, 2008: 1).

Como todo en la actualidad tiene cambios en su estructura, el internet no sería la excepción, por ello también implementó algunos cambios en su estructura, dándole paso al desarrollo de la Web. Actualmente existen 4 generaciones de la World Wide Web, por el cual se hará un recorrido mostrando las ventajas que proporcionó y proporciona cada una de ellas.

David Siegel, en su libro *Creating Killer Web Sites: The Art of Third-Generation Site Design*, estableció tres generaciones de sitios web. Sin embargo, desde 1996, fecha en la que estableció su clasificación, ha evolucionado la tecnología empleada en la Web, por lo que se puede añadir una generación más a su clasificación. Actualmente las cuatro generaciones conviven, aunque ya casi nadie crea sitios web que se clasifiquen en las dos primeras generaciones (Lujan, 2002: 25).

La Web

La Web 1.0 nace en 1992, con el fin de mejorar el manejo de la Internet, en este inicio de la Web los contenidos eran un poco limitados, ya que no se lograba tener interactividad en el sitio, mostrando solo lectura y destacándose por ser unidireccional. A su vez se evidenciaba poca apreciación de color e imagen de apoyo. Sin embargo; permitía utilizar correo electrónico, navegadores y motores de búsqueda.

La primera generación abarca desde el nacimiento de la Web (1992) hasta mediados de 1994. La creación de páginas web durante esta generación se ve limitada por diversas razones tecnológicas: ancho de banda limitado (módems de 2.4 Kbps), navegadores poco desarrollados, monitores monocromos, etc (Lujan, 2002: 25).

La segunda generación se extiende desde 1995 hasta la actualidad. La diferencia principal con la página web de la generación anterior es la masiva incorporación de elementos gráficos, redes sociales, intercambio de información entre comunidades, la participación de la audiencia en los contenidos publicados y una gran facilidad en la interacción y el manejo del sitio.

La segunda generación de tecnología web se basa en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, el chat, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc., que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La web 2 posibilita la conexión de personas con personas –redes sociales, wikis, colaboración, con posibilidad de compartir (Latorre, 2018: 1).

Ya para 1995 la web 2.0 estaba orientada a la interacción en redes sociales, como también proporcionaba contenidos para todo tipo de usuarios, creados por ellos mismos, generando sitios Web más interactivos y visuales. Actuando así; como punto de encuentro entre los usuarios y generando unas webs bidireccionales, superando a la web 1.0 que solo proporcionaba contenidos unidireccionales. El termino web 2.0 está asociado a la forma que existe en la actualidad de transmitir la información, la forma en los que los usuarios interactúan con los diferentes recursos que provee internet y, además, cómo estos recursos están orientados a los usuarios (Silva, 2011: 55).

En 1996 aparece la generación 3.0. Esta web ofrece un flujo de información y de contenidos adaptados a los gustos de sus consumidores y al mismo tiempo fortalecía la preferencia de temas acorde al interés de cada uno. Esta actualización permitía generar contenido hipertextual, intercambio de datos, comunicación entre usuarios por medio de redes sociales, la facilidad para

que los usuarios pudieran editar los contenidos publicados por ellos, otra de las ventajas de la Web 3.0 es la fácil navegación por los diferentes dispositivos tecnológicos disponibles en el mercado - celulares, tablets, ipad, etc- Algunas características de la web 3.0 son:

- Tiempo de carga rápido: los creadores de las páginas se centran en el contenido y no en la presentación.
- Las páginas se limitan para que se puedan visualizar completamente en una pantalla, sin tener que realizar desplazamiento (scroll).
- Los sitios web se crean teniendo en cuenta los posibles usuarios y el objetivo del sitio (informar, vender, ofrecer servicios, etc.).
- Se limita el número de enlaces, se simplifica la navegación. Se organiza la información a partir de una página inicial hasta una página final, ofreciendo distintos caminos.
- Se emplean metáforas y temas visuales para seducir y guiar al usuario, creando una experiencia completa desde la primera página hasta la última.
- Se incorporan los principios de usabilidad y accesibilidad.
- En los sitios web de las empresas cobra importancia la creación de una identidad corporativa. Se emplean de forma coherente los colores, las imágenes, los símbolos e iconos, los tipos de letra, etc (Lujan, 2002: 25).

Por ultimo tenemos la cuarta generación Web a finales de los 90, con una actualización que nos acompaña hasta la actualidad. Este desarrollo se dio en 1999 y se caracterizó por ser un sitio más interactivo, más inteligente en cuanto a la consulta de información, mejora la agilidad de búsqueda, brinda la posibilidad de consultar los temas de interés mediante peticiones hechas por el buscador de voz, esto sin necesidad de escribir ni una sola letra en el dispositivo por el cual se está haciendo la búsqueda. Aparte de eso emplea gráficos, videos, audios, CD-ROM interactivos para la creación de páginas web, entre otros. Veamos algunas actualizaciones que empleó la Web 4.0.

- Se emplean más recursos gráficos.
- Los principios empleados en la creación de CD-ROM interactivos se aplican en la creación de páginas web.

-
- Un equipo interdisciplinar (informático, experto en contenidos, diseñador gráfico, etc.) desarrolla los sitios web.
 - El aumento del ancho de banda permite streaming de video y audio en tiempo real.
 - El objetivo al desarrollar un sitio web es crear una experiencia completa desde que el visitante visualiza la primera página hasta que abandona el sitio web (Lujan, 2002: 25).

Teniendo en cuenta la información anterior, podemos deducir que la web ha logrado brindar cada vez más un fácil acceso a temas de interés social, de acercamiento entre las comunidades, divulgación de temas académico, agilidad en la información, estrategias de negocio, entre otros. Hoy, el usuario de la sociedad puede crear, diseñar y administrar sus propios espacios de información, él decide de qué informarse y cómo, y también puede decidir la forma en que quiere transmitir la información, creando sus propios espacios y sus propios recursos de interacción (Silva, 2011: 55).

Plataformas

Ya establecido el desarrollo de la Web en Internet, se empiezan a crear contenidos de interés social. Dándole paso a las diversas páginas o sitios Web establecidos en Internet, conocido como Sistema Informático, en el incorpora todo lo relacionado con redes sociales, buscadores, tiendas virtuales, enciclopedias, etc. A continuación, definiremos los conceptos dichos anteriormente, esto con el fin de tener una claridad sobre estos sitios que a diario consultamos en Internet.

Redes Sociales: se conoce como una red social a una página en Internet que genera una herramienta de difusión de contenidos, la cual cumple la función de generar relaciones interpersonales e interacción permanente entre integrantes de diferentes comunidades y su entorno.

Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente represente una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción

entre personas. Desde luego, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico (Hütt. 2012: 4).

Buscadores: Un Buscador en Internet es una dirección más de la Web, el cual consiste en ofrecerle a los usuarios diferentes direcciones o enlace de otras páginas o sitios Web, atendiendo al criterio de búsqueda específico que el usuario haya escrito o seleccionado en el buscador.

Es un conjunto de programas coordinados que se encargan de visitar cada uno de los sitios que integran el Web, empleando los propios hipervínculos contenidos en las páginas Web para buscar y leer otros sitios, crear un enorme índice de todas las páginas que han sido leídas y registradas, llamado comúnmente catálogo, y mantener una copia actualizada de toda esta información, para luego presentar direcciones en Internet como resultado de las peticiones de búsqueda solicitadas por las personas que usan estos servicios de localización de páginas (Milenium: 1).

Tienda Virtual: las tiendas virtuales, tiendas online o comercio electrónico como se conoce en términos técnicos, es la forma en que los usuarios pueden acceder por medio de Internet a la comercialización de productos y servicios, el cual busca generar una compra y venta entre el vendedor y el comprador, esto sin necesidad de general algún contacto físico, trasladando el comercio tradicional a Internet. A continuación, veremos la clasificación de comercio electrónico según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE -.

OCDE presenta una clasificación gracias a la cual es posible conocer las actividades económicas de comercio electrónico, agrupadas de acuerdo a su oferta:

- Compra venta de productos. Comercialización de bienes a través de transacciones on-line.
- Prestación de servicios. Oferta completa de servicios llevados del mundo real a la digital, o creados específicamente para Internet.

- Software. Venta, intercambio y descarga de programas completos o de actualizaciones.
- Suministro de información online. Ofreciendo información, noticias, contenidos especializados y todo tipo de información a través de la red.
- Publicidad. Internet aparece como una plataforma para anunciar productos y servicios, reduciendo costos y permitiendo llegar a segmentos de mercado específicos.
- Ocio. Servicios de entretenimiento para todas las edades.
- Comercio global. Oferta de servicios con acceso de 24 horas a transacciones del orden mundial como el comercio de divisas y acciones (Molano. 2012: 1).
- Actualmente existen 10 Sistemas de Información más populares según el artículo publicado por el diario español Información, estos son:

Sitios Web	Fundación	Descripción
1. Google	4 de septiembre de 1998.	Google es un buscador que permite encontrar información de cualquier tema, incluyendo páginas Web, imágenes, vídeos, ofertas, etc. A su vez también se especializa en la búsqueda de contenido y literatura científico-académica
2. Facebook	4 de febrero de 2004.	Es una red social permite a sus usuarios la posibilidad de intercambian información en diferentes formatos (audio, video, textos y hasta transmitir en vivo). Aparte de esto brinda la opción de crear contenidos y publicidad para las pequeñas, medianas y grandes empresas.
3. Youtube	14 de febrero de 2005.	Es un sitio Web que dedicado a compartir vídeos en Internet.
4. Baidu	En el año 2000.	Baidu es un buscador chino que ofrece servicios similares a Google, destacándose por la búsqueda en formatos de audio (MP3, WMA/SWF) y ofreciendo resultados instantáneos en

		la búsqueda de información generada por sus visitantes, aparte de eso también incorpora imágenes, vídeos, música, etc.
5. Yahoo!	Enero de 1994.	Yahoo! Es un motor de búsqueda similar a Google, esta página les ofrece a los usuarios buscar cualquier tipo de información, relacionada con páginas, audios, imágenes, vídeos, noticias, etc. Además, se puede personalizar los contenidos publicados por sus usuarios, cuenta con clubes y hasta con un sistema que permite buscar personas.
6. Amazon	El 5 de julio de 1994.	Amazon es una tienda online que ofrece la posibilidad de hacer tus compras por internet, allí se encuentra todo lo relacionado con productos que suplen las necesidades de los visitantes que entran al sitio.
7. Wikipedia	El 15 de enero de 2001.	Wikipedia es una enciclopedia de libre acceso a internet, esta página se enfoca en la ampliación de conocimiento para los usuarios que la visitan.
8. Tencent QQ	El 11 de febrero de 1999.	Es un sitio Web que tiene la función de una red social, pero en ella se incorporan foros, juegos, salas de chat, comercio electrónico, entre otras características.
9. Twitter	El 21 de marzo de 2006.	Es una red social que se caracteriza por compartir textos, enlaces, fotos y vídeos de una manera sencilla, con una novedad diferente al resto, en Twitter no se podía superar los 140 caracteres en cada publicación, y actualmente se encuentra en los 280 caracteres. Esto se da porque la red al principio estaba diseñada para telefonía móvil, pero que con el tiempo superó las expectativas en el mercado, logrando así un alcance que la posiciona entre las redes sociales más usadas.

10. Taobao	En el 2003.	Y por último tenemos a Taobao, un portal de compras online que brinda a su audiencia una amplia gama de productos y servicios. Todo eso desde la comodidad de una página.
-------------------	-------------	---

En la actualidad suele confundirse el termino página web con sitio Web, ambos enfocados en brindar el mismo servicio informativo. Se conoce como página Web a un conjunto de textos que contiene enlaces direccionados a otras secciones, ya sea a un mismo documento alojado dentro del servidor de consulta o por fuera de él. Aparte de eso la página contiene imágenes, videos, texto, entre otros formatos.

Se entiendo como un sitio Web esa estructura que contiene información en Internet sobre diversos temas que satisfacen las necesidades de un público específico al momento en que el usuario accede a la información, producto o servicio desde el lugar en que se encuentre. Estos sitios fueron creados y posteriormente desarrollados para poder tener una sociedad más conectada y activa en los diferentes temas de interés social, comercial o económico.

Un sitio Web es una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios Web), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho Web pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean (Alonso, 2008: 1).

La estructura de un sitio web se basa en las múltiples páginas Web que se encuentran alojadas en el mismo sitio, el cual contiene una página principal que se encarga de mostrar los hechos más importantes del lugar. La página principal suele tener contenidos actuales, noticias destacadas, hipervínculos a otras áreas dentro del sitio, ilustración sobre la información manejada, entre otras.

Esta conformación del sitio Web se presenta cuando diversas páginas Web trabajan por secciones bajo el mismo dominio del sitio Web, logrando que el usuario navegue por diferentes áreas informativas de su interés, generando así un consumidor de contenidos.

Un sitio Web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. El World Wide Web, o simplemente Web como se le llama comúnmente, está integrado por sitios Web y éstos a su vez por páginas Web (Milenium: 1).

En conclusión, podemos decir que, desde la creación de Internet y el desarrollo que ha tenido en el transcurso del tiempo, ha logrado generar una mayor interacción entre las comunidades. También ha generado inmediatez, interacción en tiempo real con un público específico, crea contenidos de todo tipo, etc.

Público objetivo

Como se dijo anteriormente, en la Universidad de Antioquia convergen varios medios que se enfocan en la divulgación de información o creaciones académicas de la comunidad universitaria. A continuación, veremos los medios que se encuentran en la Universidad de Antioquia. Algunas facultades utilizan solo revistas para publicar sus creaciones académicas, y estas a su vez se encuentran alojadas en un sitio Web llamado Sistema de Revistas UdeA la cual nombraremos en el siguiente cuadro.

Medios informativos de UdeA	Enfoque	Facultad	Periodicidad
------------------------------------	----------------	-----------------	---------------------

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

30

➤ <i>Sistema de Revistas UdeA.</i>	Es un sitio Web que se encarga de alojar las revistas de algunos pregrados de la Universidad.	Universidad de Antioquia.	N/A
➤ <i>Repositorio Institucional UdeA</i>	Es un sitio Web que se encarga de difundir contenidos informáticos o creaciones académicas de la comunidad universitaria.	Universidad de Antioquia.	N/A
➤ <i>Infoagrarias</i>	Boletín institucional, en él se dan a conocer todas las actividades, eventos, y demás relacionado a los quehaceres de la Facultad.	Ciencias Agrarias	N/A
➤ <i>Informativo FCE</i>	Boletín: este medio se encarga de difundir todo lo relacionado con actividades académicas, institucional, cultural y social.	Ciencias Económicas	N/A
➤ <i>En la FCEN informamos</i>	Boletín: en este espacio encontrará información general sobre hechos o eventos importantes de la Facultad.	Ciencias Exactas y Naturales	(Mensual)
➤ <i>ConCiencias</i>	Boletín: este medio difusor está orientado a diferentes públicos, tales como: egresados, estudiantes, profesores y personal administrativo	Ciencias Exactas y Naturales	Quincenal
➤ <i>Historias de la Ciencia</i>	Radial: este programa busca hablar desde lo cotidiano todo lo relacionado con la ciencia moderna.	Ciencias Exactas y Naturales	Semanal

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

➤ <i>El Laboratorio</i>	Radial: este medio va enfocado en los distintos aspectos relacionan a la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales con el quehacer de la misma.	Ciencias Exactas y Naturales	Semanal
➤ <i>Libro Electrónico de Investigación</i>	Envío electrónico: esto consta de una recopilación de trabajos académicos de los estudiantes, enfocado en todo lo investigativo y la apropiación social del conocimiento.	Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias	Anual (solo tiene 3 publicaciones, una en el 2012, 2013, 2015)
➤ <i>Catálogo</i>	Catálogo: este sitio Web se basa en la divulgación digital de los trabajos académicos, investigativos e institucionales producidos por la FCSH.	Ciencias Sociales y Humanas	Frecuentemente.
➤ <i>De la Urbe</i>	Periódico, medio virtual, radio y tv: De La Urbe es el sistema informativo del pregrado de periodismo de la Facultad de Comunicaciones, en él se publican los trabajos académicos de los estudiantes de periodismos, esto bajo ciertos parámetros establecidos por el medio al momento de divulgar un escrito.	Comunicaciones	Semanal y trimestral.
➤ <i>Altaír</i>	Altaír es una emisora virtual universitaria y nació en la Facultad de Comunicaciones de la	Comunicaciones	Semanal, aunque puede variar.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

	Universidad de Antioquia en abril de 2000. Actualmente integra la investigación en diferentes formatos, tales como: transmedia, hipermedia, entre otros.		
➤ <i>Televisión</i>	El Laboratorio de televisión es un espacio en el que involucra todos los estudiantes de la Facultad de Comunicación, en el medio se pone en práctica los conocimientos adquiridos en el proceso de formación académica en la creación y realización de productos audiovisuales.	Comunicaciones	N/A
➤ <i>Laboratorio de Filología</i>	El Laboratorio de Filología es un espacio que presta el servicio a la comunidad universitaria y al público en general para el registro sonoro con fines investigativos y docencia en las áreas de lingüística y literatura del pregrado en Letras: Filología Hispánica y de los diversos programas de pregrado y posgrado de la Facultad de Comunicaciones.	Comunicaciones	N/A
➤ <i>Catálogo editorial</i>	El catálogo contiene libros publicados por diferentes editoriales, en los que participan	Derecho y Ciencias Políticas	N/A

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

	diferentes profesores de la Facultad Derecho y Ciencias Políticas. Allí también se puede hacer la compra del material publicado, mediante un enlace que conlleva a la librería virtual LibreríadelaU.		
➤ <i>Working papers</i>	Son documentos en pdf alojados en una página de la facultad. Estos contenidos son producidos por los investigadores de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad, con el fin de divulgar las creaciones académicas, buscando desarrollar y propiciar el debate académico.	Derecho y Ciencias Políticas	N/A
➤ <i>Radioconsultorio jurídico</i>	Es un espacio radial que se emite por la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia, cuyo objetivo busca las prácticas y afianzamiento de los conocimientos en Derecho, Ciencias Políticas y Comunicación, al tiempo que se cumple con el objetivo social de la formación comunitaria.	Derecho y Ciencias Políticas	Semanal.
➤ <i>Videocolumnas</i>	Este medio de información difunde sus creaciones multimedial apoyados en la	Derecho y Ciencias Políticas	N/A

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

	página de Youtube, en ella hablan de diversos temas sociales entorno al derecho y las ciencias políticas.		
➤ <i>Con Cuidado</i>	Boletín: Es un espacio donde se comunica y se plasma los retos, proyectos y los quehaceres de toda la comunidad Académica de la Facultad de Enfermería.	Enfermería	N/A
➤ <i>Periódico Ingeniemos</i>	Ingeniemos es el periódico de la Facultad de Ingeniería en el que se difunden los logros, avances y eventos noticiosos de la comunidad académica y administrativa de esa Facultad.	Ingeniería	Mensual.
➤ <i>Boletines</i>	La Facultad de Ingeniería cuenta con 4 boletines, estos son: Boletín Impactos Investigación: en este boletín publican los estudiantes de maestría y doctorado todo lo relacionado sobre los resultados de sus investigaciones, a su vez dan a conocer posibles soluciones en cuanto a la problemática que se viven en el entorno social. Boletín Impactos Internacionalización: este está diseñado para los estudiantes que	Ingeniería	Frecuentemente.

	<p>han realizado pasantías o doble titulación, aquí se cuenta las experiencias que les dejó dicha práctica.</p> <p>Boletín Ingeniemos: este boletín es casi de inmediatez, ya que recopila información de los eventos noticiosos que surgen en la facultad y que al ende administrativo le urge difundir con prontitud.</p> <p>Boletín Ingeniemos digital: por ultimo está el digital, el cual recopila toda la información precisa que se desea dar a conocer en todo el ámbito académico.</p>		
<p>➤ <i>Ingeniemos Radio</i></p>	<p>Ofrece información y novedades de la Facultad. Cuenta sobre los emprendimientos, investigaciones e historias de vida de los integrantes de esta Unidad Académica.</p>	<p>Ingeniería</p>	<p>Semanal.</p>
<p>➤ <i>Ingeniemos TV</i></p>	<p>En este espacio se presentan diferentes puntos de vista sobre el desarrollo de sus actividades en la academia, la investigación, la</p>	<p>Ingeniería</p>	<p>N/A</p>

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

36

	extensión, el bienestar, entre otros aspectos.		
➤ <i>Boletín Informativo</i>	Este boletín brinda información relacionada con la Facultad y el personal administrativo que lo compone.	Odontología	N/A
➤ <i>Programa Radial</i>	El programa radial se emite por la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia, y cubre todo lo relacionado con temas de salud bucal.	Odontología	Semanal.
➤ <i>Radio consultorio de Salud Pública</i>	Programa radial que se emite por la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia.	Salud Pública	Semana

En cuanto al sitios Web Sistema de Revistas UdeA, integra y divulga los contenidos de las revistas académicas de diferentes pregrados, este sitio cuenta con 56 revistas que tratan diversos temas; dependiendo la orientación de los textos publicados por cada pregrado. Estas revistas son:

Sistema de Revistas UdeA		
N°	Revista	Entidad
1	Digithum	Ciencias Sociales y Humanas.
2	Fondo Editorial Biogénesis	Ciencias Agrarias.
3	Informetal	
4	TEMPUS	Ciencias Sociales y Humanas.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

37

5	Estudiantes de Ciencia Política	Derecho y Ciencias Políticas.
6	Trabajos de Grado Contaduría UdeA	Ciencias Económicas.
7	Experimenta	Vicerrectoría de Investigación.
8	Kalibán	Ciencias Sociales y Humanas.
9	Expomotricidad	Educación Física.
10	Documentos de Trabajo – INER	Instituto de Estudios Regionales.
11	Artes la Revista	Artes.
12	Estudios de Filosofía	Instituto de Filosofía.
13	Científica en Ciencias Ambientales y Sostenibilidad	Corporación Académica Ambiental.
14	Pensar Historia	Ciencias Sociales y Humanas.
15	Trashumante	Ciencias Sociales y Humanas.
16	VIREF	Educación Física.
17	Memorias Curso de Actualización en Ginecología y Obstetricia	Facultad de Medicina.
18	Revista Facultad de Ingeniería	Ingeniería.
19	Colombiana de Ciencias Pecuarias	Ciencias Agrarias.
20	Interamericana de Bibliotecología	Escuela Interamericana de Bibliotecología.
21	Versiones	Instituto de Filosofía.
22	Psicología Universidad de Antioquia	Psicología.
23	Estudios de Literatura Colombiana	Comunicaciones.
24	Perspectivas en Nutrición Humana	Nutrición y Dietética.
25	Colombiana de Materiales	Departamento de Ingeniería de Materiales.
26	Psyconex	Psicología.
27	Boletín de Antropología	Ciencias Sociales y Humanas.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

38

28	Revista Educación y Pedagogía	Educación.
29	Folios	Comunicaciones.
30	Revista Trabajo Social	Departamento de Trabajo Social.
31	Investigación y Educación en Enfermería	Enfermería.
32	Iatreia	Medicina.
33	Ingeniería y Sociedad	Ingeniería.
34	Hechos Microbiológicos	Escuela de Microbiología.
35	Íkala	Escuela de Idiomas.
36	Perfil de Coyuntura Económica	Ciencias Económicas.
37	Contaduría Universidad de Antioquia	Ciencias Económicas.
38	Revista Facultad de Odontología Universidad de Antioquia	Odontología.
39	Adversia	Ciencias Económicas.
40	Diálogos de Derecho y Política	Derecho y Ciencias Políticas.
41	Vitae	Química Farmacéutica.
42	Actualidades Biológicas	Ciencias Exactas y naturales.
43	Agenda Cultural Alma Máter	Universidad de Antioquia.
44	La Sociología en sus Escenarios	Centro de Estudios de Opinión.
45	Revista Universidad de Antioquia	Universidad de Antioquia.
46	Estudios Políticos	Instituto de Estudios Políticos.
47	Facultad Nacional de Salud Pública	Salud Pública.
48	Mutatis Mutandis	Escuela de Idiomas.
49	Lingüística y Literatura	Comunicaciones.
50	Estudios de Derecho	Derecho.
51	Lecturas de Economía	Ciencias Económicas.
52	Unipluriversidad	Educación.
53	Oikos	Ciencias Económicas.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

39

54	Somos Palabra	Educación.
55	Affectio Societatis	Departamento de Psicoanálisis.
56	Educación Física y Deporte	Educación Física.

De esas 56 revistas allí publicadas, 35 de ellas pertenecen a las Ciencias Sociales y humanas. Mostrando así un alto flujo de medios orientados a la divulgación de los contenidos realizados por esa área. Estas revistas son:

N°	Revista	Entidad
1	Digithum	Ciencias Sociales y Humanas.
2	TEMPUS	Ciencias Sociales y Humanas.
3	Estudiantes de Ciencia Política	Derecho y Ciencias Políticas.
4	Trabajos de Grado Contaduría UdeA	Ciencias Económicas.
5	Kalibán	Ciencias Sociales y Humanas.
6	Expomotricidad	Educación Física.
7	Artes la Revista	Artes.
8	Estudios de Filosofía	Instituto de Filosofía.
9	Pensar Historia	Ciencias Sociales y Humanas.
10	Trashumante	Ciencias Sociales y Humanas.
11	VIREF	Educación Física.
12	Colombiana de Ciencias Pecuarias	Ciencias Agrarias.
13	Versiones	Instituto de Filosofía.
14	Revista de Psicología Universidad de Antioquia	Departamento de Psicología
15	Estudios de Literatura Colombiana	Comunicaciones.
16	Psyconex	Departamento de Psicología.
17	Boletín de Antropología	Ciencias Sociales y Humanas.
18	Educación y Pedagogía	Educación.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

40

19	Folios	Comunicaciones.
20	Revista Trabajo Social	Departamento de Trabajo Social.
21	Coyuntura Económica	Ciencias Económicas.
22	Contaduría Universidad de Antioquia	Ciencias Económicas.
23	Adversia	Ciencias Económicas.
24	Diálogos de Derecho y Política	Derecho y Ciencias Políticas.
25	Actualidades Biológicas	Ciencias Exactas y naturales.
26	La Sociología en sus Escenarios	Centro de Estudios de Opinión.
27	Estudios Políticos	Instituto de Estudios Políticos.
28	Lingüística y Literatura	Comunicaciones.
29	Estudios de Derecho	Derecho.
30	Lecturas de Economía	Ciencias Económicas.
31	Unipluriversidad	Educación.
32	Oikos	Ciencias Económicas.
33	Somos Palabra	Educación.
34	Affectio Societatis	Departamento de Psicoanálisis.
35	Educación Física y Deporte	Educación Física.

Dando cuenta de lo anterior, este Trabajo de Grado busca proyectar la creación de una empresa periodística, consistente en un sitio Web de divulgación de trabajos académicos de estudiantes de pregrado. Con lo que se busca fortalecer las habilidades de escritura en los estudiantes, fomentar la participación de la comunidad universitaria, lograr un acercamiento con comunidades, generar vínculos entre semilleros y grupos de investigación.

No obstante, este trabajo iniciará el proceso de publicación de trabajos académicos con algunas comunidades universitarias específicas. La razón se da porque es un medio que empezará a desarrollar el proyecto desde la Facultad de Comunicaciones, y no se cuenta con la capacidad inicial para cubrir todas las áreas académicas de la Universidad.

Para la fase inicial y posterior desarrollo de este Trabajo de Grado, se seleccionaron las siguientes unidades académicas y se proporcionarán datos estadísticos sobre la población que compone estas unidades académicas:

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas	
<p>De acuerdo con las cifras brindadas por el área de Admisiones de la Universidad de Antioquia, la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas cuenta actualmente con tres mil ciento ochenta y dos (3182) estudiantes matriculados para el segundo semestre de 2018, ocupando el primer lugar con más estudiantes entre las facultades escogidas. Donde dos mil cincuenta y nueve (2059) son mujeres y mil ciento veintitrés (1123) son hombres.</p>	
Programas	Posgrados
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Antropología. ➤ Historia. ➤ Psicología. ➤ Sociología. ➤ Trabajo Social. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Ciencias Sociales. ➤ Doctorado en Psicoanálisis. ➤ Maestría en Antropología. ➤ Maestría en Historia ➤ Maestría en Intervención Social, énfasis en posconflicto y paz. ➤ Maestría en Investigación Psicoanalítica. ➤ Maestría en Psicología. ➤ Maestría en Sociología ➤ Especialización en Problemas de la Infancia y de la Adolescencia. ➤ Especialización en Psicología Organizacional. ➤ Especialización en Psicopatología y Estructuras Clínicas.

Facultades de Comunicaciones	
<p>La Facultad de Comunicaciones cuenta con novecientos setenta y nueve (979) estudiantes, donde quinientos ochenta y tres (583) son mujeres y trescientos noventa y seis (396) son hombres.</p>	
Programas	Posgrados
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicaciones ➤ Periodismo. ➤ Filología Hispánica. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Literatura. ➤ Doctorado en Lingüística. ➤ Maestría en Comunicaciones.

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicación Audiovisual y Multimedial. ➤ Comunicación Social – Periodismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales. ➤ Maestría en Literatura. ➤ Maestría en Lingüística.
--	---

Facultad de Derecho

En la Facultad de Derecho se calcula mil setecientos cuatro (1704) estudiantes, posicionándola el tercer puesto entre las seleccionadas. Esa totalidad de estudiantes la conforman ochocientos dos (802) mujeres y nueve cientos dos (902) hombres.

Programas	Posgrados
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Derecho. ➤ Ciencia Política. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especialización en Derecho Administrativo. ➤ Especialización en Derecho Administrativo. ➤ Especialización en Derecho Constitucional. ➤ Especialización en Derecho de la Seguridad Social. ➤ Especialización en Derecho Privado. ➤ Especialización en Derecho Procesal. ➤ Especialización en Derecho Procesal. ➤ Especialización en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. ➤ Especialización en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario ➤ Especialización en Derecho Urbanístico

Facultades de Educación

Educación es la segunda facultad con más estudiantes, según cifras aportadas por Admisiones, se cuenta con dos mil noventa y un (2091) estudiante, dividido en mil novecientos setenta y tres (1973) mujeres y mil dieciocho (1018) hombres.

Programas	Posgrados
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciatura en Ciencias Naturales. ➤ Licenciatura en Literatura y Lengua Castellana. ➤ Licenciatura en Física. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Educación. ➤ Maestría en Educación. ➤ Maestría en Educación, metodología virtual.

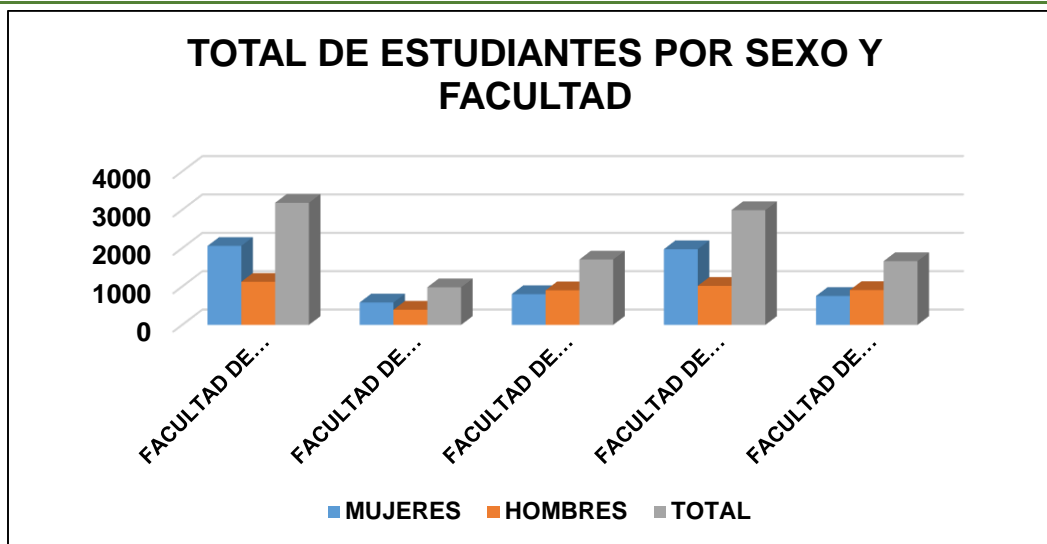
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciatura en Matemáticas. ➤ Licenciatura en Educación Especial. ➤ Licenciatura en Pedagogía Infantil. ➤ Licenciatura en Ciencias Sociales. ➤ Licenciatura en Pedagogía de la Madre Tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestría en Educación en Ciencias Naturales. ➤ Maestría en Estudios en Infancias. ➤ Especialización en Pedagogía.
---	---

Facultades de Arte

Por ultimo tenemos la Facultad de Arte, la cual cuenta con la menor cantidad de estudiantes, está conformada por mil seiscientos sesenta y dos (1662) estudiantes, en donde setecientos cincuenta y cinco (755) son mujeres y novecientos siete (907) son hombres.

Programas	Posgrados
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artes Plásticas. ➤ Licenciatura en Educación en Artes Plásticas. ➤ Tecnología en Artesanías. ➤ Música. ➤ Licenciatura en Música. ➤ Música Canto. ➤ Arte Dramático. ➤ Licenciatura en Educación Básica en Danza. ➤ Licenciatura en Teatro. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doctorado en Artes. ➤ Maestría en Artes. ➤ Maestría en Músicas de América Latina y el Caribe. ➤ Maestría en Dramaturgia y Dirección. ➤ Maestría en Gestión Cultural. ➤ Maestría en Historia del Arte. ➤ Proceso de acreditación - M. en Historia del Arte. ➤ Especialización en Técnica Vocal para Actores. ➤ Especialización en Dramaturgia.

Representación gráfica 2



Según las estadísticas y los datos suministrados anteriormente, muestra el total de los estudiantes que incorporan las facultades escogidas para el desarrollo de este trabajo. Dando como resultado un total de diez mil trescientos setenta y cinco -10375- estudiantes matriculados.

Otro estudio que se realizó en las unidades académicas seleccionadas, fue la edad en la dicha población que se encuentra cursando sus estudios, a continuación, veremos cada unidad académica discriminada por la edad y el sexo, esto con el fin estudiar más a profundidad el público objetivo al cual se nos estamos enfocando.

- **Facultad de Ciencias Sociales y Humanas:** cuenta con tres mil ciento ochenta y dos (3182) estudiantes de los cuales:

Sexo/Edades	De 15 a 20	De 21 a 30	De 31 a 40	De 41 a 50	De 51 a 60	De 61 a 70
Femenino	725	1169	142	19	3	1
Masculino	277	701	112	25	4	4
Total estudiantes	1002	1870	254	44	7	5

- **Facultad de Comunicaciones:** tiene novecientos setenta y nueve (979) estudiantes, en los cuales:

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

Sexo/Edades	De 15 a 20	De 21 a 30	De 31 a 40	De 41 a 50	De 51 a 60	De 61 a 70
Femenino	288	271	22	1	1	0
Masculino	126	239	24	7	0	0
Total estudiantes	414	510	46	8	1	0

➤ **Facultas de Derecho:** actualmente son mil setecientos cuatro (1704) estudiantes, de los cuales:

Sexo/Edades	De 15 a 20	De 21 a 30	De 31 a 40	De 41 a 50	De 51 a 60	De 61 a 70
Femenino	336	372	67	24	3	0
Masculino	237	479	130	39	15	2
Total estudiantes	573	851	197	63	18	2

➤ **Facultas de Educación:** contiene dos mil novecientos noventa y un (2991) estudiantes, de los cuales:

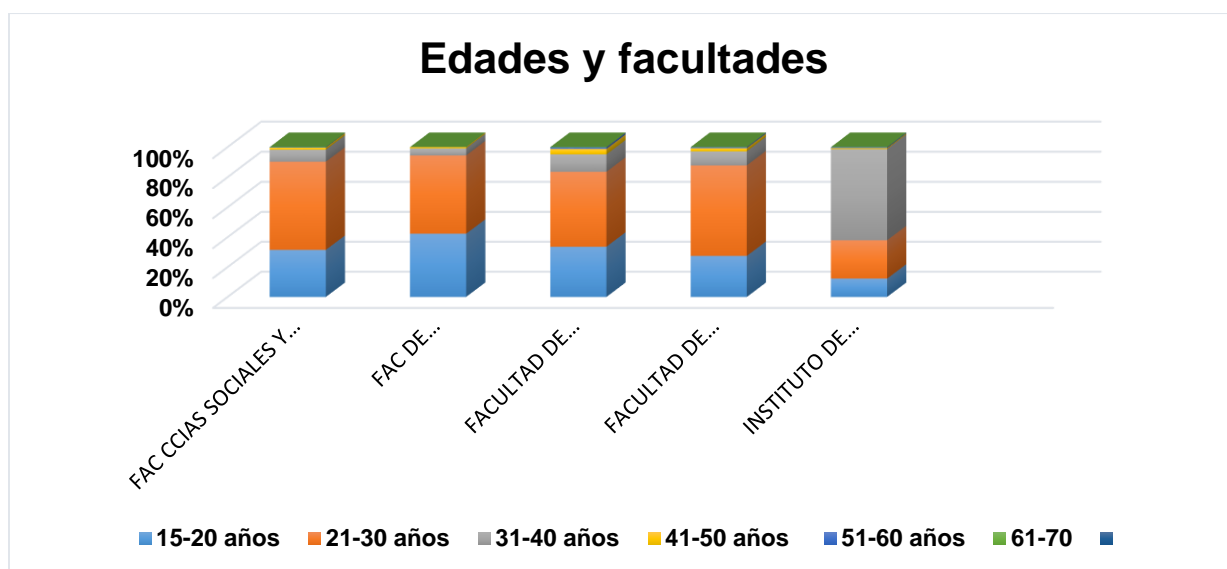
Sexo/Edades	De 15 a 20	De 21 a 30	De 31 a 40	De 41 a 50	De 51 a 60	De 61 a 70
Femenino	604	1168	159	32	8	2
Masculino	218	637	121	31	11	0
Total estudiantes	822	1805	180	63	19	2

➤ **Facultad de Arte:** cuenta con mil seiscientos sesenta y dos (1662) estudiantes, de los cuales:

Sexo/Edades	De 15 a 20	De 21 a 30	De 31 a 40	De 41 a 50	De 51 a 60	De 61 a 70
Femenino	209	455	57	21	13	0
Masculino	156	570	143	23	14	1
Total estudiantes	365	1025	200	44	27	1

Dando cuenta de las cifras antes mencionadas, podemos decir que la mayor población de estudiantes se concentra entre las edades de 15 a 30 años, destacando con un alto porcentaje a los estudiantes de 21 a 30 años. A su vez se puede evidenciar que el sexo femenino es el que predomina. En el siguiente grafico se podrá visualizar la información anteriormente mencionada.

Representación gráfica 3



Otro de los datos brindados por el área administrativa de la Universidad de Antioquia, muestra los programas regionales en los cuales la universidad tiene abierta sus ofertas educativas. Los datos aquí presentados están actualizados hasta el 5 de septiembre de 2018, en los cuales podría variar sus cifras con el transcurso del tiempo.

Programa	Nº de Estudiantes	Programa	Nº de Estudiantes
----------	-------------------	----------	-------------------

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

47

ADM DE EMPRESAS- AMALFI	47	LIC EDUC BAS DANZA-POPAYÁ	3
ADM DE EMPRESAS- CAUCASIA	91	LIC EDUC BÁSICA EN DANZA	78
ADM DE EMPRESAS- P BERRIO	24	LIC EDUC FÍSICA - AMALF	11
ADMINIST DE EMPRESA- APART	129	LIC EN EDUC ESPECIAL-CAUC	21
ADMINIST DE EMPRESA- TURBO	27	LIC EN EDUC. ESPECIAL	349
ADMINIST EMPRESA- ANDES	69	LIC EN EDUC. ESPECIAL-TUR	22
ADMINIST EMPRESA- CARMEN	145	LIC EN PED MADRE TIERRA	182
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA	763	LIC EN PEDAGOGÍA INFANTIL	312
ADMINISTRACIÓN EN SALUD	58	LIC HUMANIDADES L CAST-AM	25
ADMON DE EMPRESA-S FE ANT	88	LIC LENG EXT INGLÉS FRANC	37
ADMON DE EMPRESA- SEGOVIA	51	LIC LENG EXTRANJ-CARMEN V	104
ADMON DE EMPRESA- YARUMAL	47	LIC LENGUAS EXTRANJERAS	248
ADMON. AMBIENTAL SANITARI	19	LIC LITERATURA LEN.CASTEL	170
ADMON.S.: GEST.SANIT.AMB.	207	LIC PED INFANTIL- CAUCASIA	87
ADMON.S.: GEST.SERV.SALUD	248	LIC PEDAG INFANTIL- CARMEN	1
ANTROPOLOGÍA	454	LIC PEDAG INFANTIL-TURBO	49
ANTROPOLOGIA - CAUCASIA	33	LIC. ED ARTES PLÁST-C VIB	26

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

48

ARCHIVÍSTICA	243	LIC. EDUC ARTES PLÁSTICAS	249
ARTE DRAMÁTICO	79	LIC. EN ARTES ESCÉNICAS	10
ARTE DRAMÁTICO -BOGOTÁ	35	LIC. EN CIENCIAS NATURALE	89
ARTE DRAMÁTICO-CARMEN	16	LIC. EN CIENCIAS SOCIALES	136
ARTES PLÁSTICAS	268	LIC. EN EDUCACIÓN FÍSICA	617
ARTES PLÁSTICAS-C VIBORAL	30	LIC. EN EDUCACIÓN INFANTI	42
ASTRONOMÍA	286	LIC. EN FILOSOFÍA-C VIBOR	46
BIBLIOTECOLOGÍA	230	LIC. EN TEATRO	79
BIOINGENIERÍA	588	LIC. EN TEATRO-CARMEN	9
BIOLOGÍA	482	LIC. EN TEATRO-BOGOTA	30
BIOLOGÍA - ANDES	18	LIC. MATEMATICAS Y FISICA	195
BIOLOGÍA - CARMEN DE VIB.	79	LIC. MAT-FÍSICA - APARTAD	19
CIENCIA POLÍTICA	484	LIC.EN ARTES PLÁSTICAS	27
CIENCIAS CULIN-CARMEN VIB	31	LIC.EN MÚSICA-BOGOTÁ	60
COMU SOCIAL PER - APARTAD	46	LICENC EN MÚSICA	208
COMU SOCIAL PER - SONSÓN	42	LICENC EN MÚSICA- TURBO	25
COMU SOCIAL PER - TURBO	4	LICENCIATURA EN DANZA	101

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

49

COMU SOCIAL PER -ANDES	34	LICENCIATURA EN FILOSOFÍA	215
COMUNIC AUDIOV Y MULTIMED	189	LICENCIATURA EN MATEMÁTIC	89
COMUNICAC SOCIAL-CAUCASI	1	MATEMÁTICAS	240
COMUNICACIÓN SOCIAL	1	MATEMÁTICAS - ANDES	4
COMUNICACIONES	212	MATEMÁTICAS - CARMEN VIB	33
CONTADURÍA	698	MATEMÁTICAS-CAUCASIA	20
CONTADURÍA - ANDES	127	MEDIC VETERINAR-CARMEN V.	203
CONTADURÍA - APARTADÓ	58	MEDICINA	1711
CONTADURÍA - C. VIBORAL	130	MEDICINA VETERINARIA	602
CONTADURÍA - CAUCASIA	70	MICRO INDUS-AMB- ANDES	19
DERECHO	1108	MICRO INDUS-AMB- APARTADÓ	41
DERECHO - AMALFI	61	MICRO INDUS-AMB- CARMENVI	13
DERECHO - CAREPA	79	MICROB INDUSTRIAL-AMBIENT	282
DLLO TERRITORIAL-CARMEN	105	MICROBIOL Y BIOA- CARMEN	18
ECOL ZONAS COSTERAS-TURBO	52	MICROBIOLOG Y BIOANÁLISIS	518
ECONOMÍA	602	MÚSICA	209
ENFERMERÍA	453	MÚSICA - CANTO	66
ENFERMERÍA-CARMEN DE VIBO	26	MÚSICA INSTRUMENTO	35
ENTRENA DEPORTIVO-URABÁ	39	NUTRIC Y DIETÉTICA -CARM	108

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

50

ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	311	NUTRIC Y DIETÉTICA -TURBO	13
ESTADÍSTICA	146	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA	462
FILOLOGÍA HISPÁNICA	142	OCEANOGRAFÍA - TURBO	45
FILOSOFÍA	341	ODONTOLOGÍA	525
FÍSICA	336	PEDAGOGÍA	139
GEREN.SISTEM.INFORM.SALUD	238	PERIODISMO	242
GEST ECOL Y TURISMO-TURBO	20	PREPARATORIO TEATRO-APART	21
GEST ECOL-TURISMO-ANDES	3	PREPARATORIO TEATRO-ORIEN	19
GEST ECOL-TURISMO-CAUCASI	15	PREPARATORIOS DE TEATRO	24
GEST ECOL-TURISMO-CM VIB	78	PSICOLOG-CARMEN DE VIBORA	118
GESTIÓN CULTURAL - SONSÓN	12	PSICOLOGÍA	589
HISTORIA	382	PSICOLOGÍA - ANDES	22
HISTORIA-CARMEN DE VIBORA	9	PSICOLOGÍA - APARTADÓ	82
ING AGROPECUARIA-STA FE A	18	PSICOLOGÍA - CAUCASIA	54
ING ALIMENTOS -CARMEN VIB	78	PSICOLOGÍA - PTO. BERRIO	37
ING AMBIENTAL	257	PSICOLOGÍA - TURBO	31
ING DE SISTEMAS	362	PSICOLOGÍA - YARUMAL	18
ING INDUSTRIAL	394	PSICOLOGÍA -STA FE ANTIOQ	16
ING TELECOMUNICACIONES	555	QUÍMICA	415
ING TELECOMUN-YARUM	1	QUÍMICA FARMACÉUTICA	592

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

51

ING. AEROES-CARMENVIBORAL	52	SOCIOLOGÍA	452
ING. AGROPECUARIA - CAREP	51	SOCIOLOGÍA - APARTADÓ	93
ING. AGROPECUARIA - TURBO	36	SOCIOLOGÍA - CARMENV	10
ING. AGROPECUARIA-ANDES	161	T ATENC PREHOSPITALARIA	111
ING. AGROPECUARIA-C VIBOR	95	T ATENC PREHOSPIT-ANDES	32
ING. AGROPECUARIA-SONSÓN	50	T ATENC PREHOSPIT-YARUMAL	9
ING. ENERG-CARMENVIBORAL	27	TEC ADM S. SALUD-SEGOVIA	13
ING. OCEANOGRÁFICA-TURBO	80	TEC AGROINDUSTRIAL-CARME	5
ING. URBANA-CARMENVIBORAL	95	TEC AGROINDUSTRIAL-URABÁ	6
ING.AGROPECUARIA-CAUCASIA	81	TEC BIOMÉDICA-CARMEN	46
INGE AGROINDUSTRIAL-CARME	68	TEC EN ARCHIVÍST-CARMEN V	7
INGE AGROINDUSTRIAL-URABÁ	74	TEC EN ARCHIVÍSTICA-TURBO	8
INGE BIOQUÍMICA-CARMEN	86	TEC EN ARTESANÍAS-C VIBOR	1
INGE BIOQUÍMICA-URABÁ	72	TEC EN ARTESANÍAS-CAUCAS	1
INGENIERÍA AMBIENTAL	605	TEC GEST S SALUD- SONSON	2

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

52

INGENIERÍA CIVIL	687	TEC GEST SALUD-STA F ANT	13
INGENIERÍA CIVIL-APARTADÓ	57	TEC PROF AT PREHOSP-CARME	48
INGENIERÍA DE ALIMENTOS	530	TEC REG FARMACIA - YARUMAL	28
INGENIERÍA DE MATERIALES	452	TEC REG FARMACIA-ANDES	16
INGENIERÍA DE SISTEMAS	547	TEC REG FARMACIA-CAUCASIA	22
INGENIERÍA ELÉCTRICA	517	TEC REG FARM-CARMEN VIBOR	36
INGENIERÍA ELECTRÓNICA	563	TEC SANEA/AMBIEN-CAUCASIA	30
INGENIERÍA INDUSTRIAL	689	TEC SANEA/AMBIEN-SEGOVIA	22
INGENIERÍA MECÁNICA	610	TEC SANEA/AMBIEN-YARUMAL	29
INGENIERÍA QUÍMICA	647	TEC SANEAM AMBIENT-CARMEN	23
INGENIERÍA SANITARIA	474	TEC SIST INF SALUD-TURBO	5
INGENIERÍA SANITARIA-APAR	57	TEC SMIENT AMBIE-P BERRÍO	2
INSTRUMENTAC. QUIRÚRGICA	265	TECN REG. FARMACIA - TURBO	43
LETRAS: FILOLOGÍA HISPÁN.	105	TECN. REGENCIA FARMACIA	316
LIC E HUMAN L CAST- ANDES	34	TECNOLOG EN ARCHIVÍSTICA	11
LIC ED BÁS:CCIAS NATURAL.	204	TECNOLOGÍA QUÍMICA	17

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

LIC ED BÁSIC MUSICA-C VIB	42	TRABAJO SOCIAL	546
LIC ED BÁSICA:MATEMÁTICAS	126	TRABAJO SOCIAL - ANDES	29
LIC ED HUMAN L CAST-C VIB	57	TRABAJO SOCIAL - CAUCASIA	61
LIC ED HUMANIDADES L CAST	261	TRABAJO SOCIAL - TURBO	1
LIC ED HUMANIDADES-YARUMA	38	TRABAJO SOCIAL - YARUMAL	30
LIC ED HUMANID-CAUCASIA	55	TRABAJO SOCIAL-APARTADÓ	62
LIC EDU: CCIAS SOCIALES	277	TRABAJO SOCIAL-C. VIBORAL	28
LIC EDU:C NAT-CARMEN VIB	31	TRAD. INGLÉS-FRANCÉS-ESP.	246
LIC EDU:C NAT-CAUCASIA	24	ZOOTECNIA	436
LIC EDU:C NAT-P BERRÍO	4	Total general	36643

En el estrato 1 se cuenta con 5134 estudiantes según las cifras brindadas por el área de admisiones y registros de la Universidad. Para el estrato 2 se cuenta con 15466, estrato que contiene el mayor número de estudiantes actualmente. En el estrato 3 se concentran 13123 estudiantes, en el 4 tiene 2008, para el estrato 5 se cuenta con 586 y por último en el estrato 6 se encuentran 104 estudiantes. En la columna de sin estrato se evidencian los estudiantes que están cursando una pasantía en la Universidad. Actualmente son 222, arrojando un total de 36643 estudiantes de pregrado a nivel general.

MUNICIPIO NACE	ESTRATOS						SIN ESTRATO	Total general
	1	2	3	4	5	6		
ABEJORRAL	5	41	21	1				68
ABRIAQUI	1	5	5					11

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

54

ACACIAS		2	1					3
ACANDI	7	7	3					17
ACHI	1		1					2
AGUA DE DIOS	2		1	1				4
AGUACHICA	5	7	7	1				20
AGUADAS	5	19	13	1			1	39
AGUAZUL		1						1
AGUSTIN CODAZZI	3	5	1					9
AIPE			1					1
ALBAN	2							2
ALBANIA		1						1
ALCALA	1							1
ALDANA	8		1					9
ALEJANDRIA		11	1					12
ALMAGUER	2							2
ALTO BAUDO	1	1						2
ALTOS DEL ROSAR	1							1
AMAGA	11	57	10					78
AMALFI	31	79	41	4		1		156
AMBALEMA	2							2
ANCUYA		1						1
ANDALUCIA			1					1
ANDES	74	255	57	1				387
ANGELOPOLIS	1	5	3					9
ANGOSTURA	11	13	5					29
ANOLAIMA			1	1				2
ANORI	5	13	6					24
ANSERMA	3	13	7	1	1			25

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

55

ANSERMANUEVO	2		1				1	4
ANZA	2	6	4					12
APARTADO	243	341	107	20			11	722
APIA		3						3
ARACATACA	3							3
ARANZAZU		5	5					10
ARAUCA	3	5	5					13
ARAUQUITA			1					1
ARBELAEZ		1	1					2
ARBOLETES	21	18	6				1	46
ARGELIA	8	21	5	1				35
ARIGUANI	1							1
ARJONA		5						5
ARMENIA	11	25	49	10	8			103
ARMERO		1						1
ATACO	1							1
ATRATO (YUTO)		1						1
AYAPEL	23	21	1					45
BAGADO		1	1					2
BAHIA SOLANO	5	3	2					10
BAJO BAUDO	3	4	1					8
BALBOA		2						2
BARANOA	1		2					3
BARBACOAS	2	3	1					6
BARBOSA	19	126	34			1		180
BARICHARA			1					1
BARRANCABERMEJA	4	18	28	5	2		1	58
BARRANCAS	1		1					2

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

56

BARRANQUILLA	17	60	59	21	3	2	2	164
BARUTA			1					1
BELALCAZAR	1		1					2
BELEN	2	3	1	1				7
BELEN DE UMBRIA	2	2	1					5
BELLO	210	960	809	68	7		6	2060
BELMIRA	1	9	6	1				17
BETANIA	4	20	7					31
BETULIA	6	23	5	1				35
BOJAYA	1							1
BOLIVAR	33	97	42	1	1			174
BOSCONIA		1						1
BOSTON			2		1			3
BOYACA			1					1
BRICE#O	4	2	2					8
BUCARAMANGA	14	52	54	26	11	3	2	162
BUENAVENTURA	2	5	9					16
BUENAVISTA	12	2						14
BUENOS AIRES		1		1	1			3
BUESACO			1					1
BUGA	3	11	6		1			21
BUGALAGRANDE		1						1
BURITICA	10	4	2					16
CA#ASGORDAS	13	31	14	1				59
CACAHUAL	1							1
CACERES	49	33	7					89
CACHIPAY	1	1						2
CAICEDO	5	7	4					16

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

57

CAICEDONIA	1	2	7	1				11
CAIMITO	4	1						5
CAJAMARCA		1	2					3
CAJIBIO	1							1
CAJICA		1					1	2
CALARCA	1	7	2	1				11
CALDAS	23	189	75	8			1	296
CALDONO	3	2	1					6
CALI	31	115	119	28	10	8	8	319
CALIMA	1	2	1					4
CAMPAMENTO	3	14	6					23
CAMPO D LA CRUZ				1				1
CANALETE	6	2						8
CANDELARIA		2						2
CANTON DE SAN P		2						2
CAQUEZA		1						1
CARACAS		9	17	2	1	1		30
CARACOLI	5	14	3					22
CARAMANTA		4	3	1				8
CAREPA	72	87	10				1	170
CARMEN DE APICA		1						1
CARMEN DE VIBOR	11	137	117	1	1	1	6	274
CAROLINA	1	12	6					19
CARTAGENA	25	80	96	35	10	1	2	249
CARTAGENA DEL C	5	5	1					11
CARTAGO	3	16	18	1	3			41
CASABIANCA		1						1
CAUCASIA	248	256	57	9	2	1	1	574

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

58

CERETE	8	14	11	3				36
CERINZA		1						1
CERTEGUI		1						1
CHACHAGUI	1	1						2
CHAPARRAL	1	1	4	2				8
CHIA		2	1				2	5
CHICAGO		1						1
CHIGORODO	77	133	17	1			3	231
CHIMA	3	1	1					5
CHIMICHAGUA	2	1	1					4
CHINACOTA	1	1	1					3
CHINCHINA	1	4	1	1				7
CHINU	4	12	5					21
CHIQUINQUIRA		1	1	1			1	4
CHOCONTA	1							1
CIENAGA	1	6	7	1			1	16
CIENAGA DE ORO	2	1	3					6
CIMITARRA	2	4	1					7
CIRCASIA		5	1					6
CISNEROS	10	30	10	1				51
CIUDAD MEXICO	1			2	2		1	6
COCORNA	7	22	19	5	1			54
COLON	16	4	1					21
CONCEPCION		6	6					12
CONCORDIA	8	18	8					34
CONDOTO	11	7	4	3				25
CONSACA	3							3
CONTADERO		4						4

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

59

CONVENCION		2					1	3
COPACABANA	8	112	47	1	1			169
COPENHAGUE							1	1
CORDOBA	9	12	3					24
CORINTO	3							3
COROZAL	5	14	2	1				22
COTA		2	1					3
COTORRA	1	2						3
COVARACHIA		1						1
COYAIMA		1						1
CUASPUD	12	5						17
CUBARA			2					2
CUCUTA	12	58	67	23	7	1		168
CUCUTILLA	1							1
CUMARAL	1							1
CUMARIBO		1						1
CUMBAL	70	4	6					80
CUMBITARA	2							2
CURILLO	1	1						2
CURUMANI		1	3					4
DABEIBA	28	30	21	1				80
DADE			2					2
DAGUA	1	2						3
DESCONOCIDO	2	24	22	18	2	2	3	73
DOLORES		1						1
DON MATIAS	3	53	17	4			1	78
DOS QUEBRADAS		4	3					7
DUITAMA	2	26	22	8	2			60

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

60

EBEJICO	10	11	5					26
EL AGUILA		1	1					2
EL BAGRE	43	47	12	1	1			104
EL BANCO	2	3						5
EL CAIRO			2					2
EL CARMEN	4	9	2	1	1			17
EL CARMEN DE BO	5	5	3					13
EL CERRITO		3		1				4
EL COCUY							1	1
EL COLEGIO							1	1
EL DONCELLO	1	4	1					6
EL DOVIO		3					1	4
EL GUACAMAYO		1						1
EL GUAMO	1							1
EL LITORAL DE S	1							1
EL PAUJIL	1							1
EL PEÑOL	7	68	12	1			1	89
EL PLAYON			1					1
EL ROSARIO	1							1
EL TAMBO	6	7	3					16
ELIAS	1							1
ENTRERRIOS	1	16	13	2				32
ENVIGADO	26	303	346	44	8	2	1	730
ESPINAL		6						6
ESTADO DE CARAB		1	2					3
FACATATIVA	2	5	7	1	1			16
FALAN	1	1						2
FILADELFIA		1						1

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

FILANDIA		1	3					4
FLANDES							1	1
FLORENCIA	14	8	10	2	1		2	37
FLORIAN		1	1					2
FLORIDA			4	1	1			6
FLORIDABLANCA	4	5	7	2	1			19
FONSECA	2		3	1				6
FORTUL	2							2
FREDONIA	12	19	23	1				55
FRESNO		4	3				1	8
FRONTINO	25	47	31	3				106
FUENTE DE ORO	1	1						2
FUNDACION		4	2	1				7
FUNZA	1							1
FUSAGASUGA	2	4	2	2				10
GALERAS	2							2
GARAGOA		2	1					3
GARZON	1	8	5	2				16
GENOVA		1	1					2
GIGANTE		1	1				1	3
GINEBRA			1		1			2
GIRALDO	8	7	4					19
GIRARDOT		5	9	4			1	19
GIRARDOTA	6	137	22		1			166
GIRON	1	3						4
GOMEZ PLATA	7	24	11					42
GRANADA	2	18	24	1				45
GUACHUCAL	20	8	2					30

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

62

GUADALUPE	2	11	3					16
GUADUAS		5						5
GUAITARILLA		1						1
GUALMATAN	1	2	1					4
GUAMAL	1	1						2
GUARNE	15	86	61	2			1	165
GUASCA			1					1
GUATAPE	2	31	5					38
GUATEQUE		1	1					2
GUATICA		2	2					4
GUAYAQUIL			1	1				2
GUTIERREZ		2						2
HACARI			1					1
HELICONIA		9	3					12
HERRAN	1							1
HERVEO		1						1
HISPANIA	2	19	6					27
HOBO			1					1
HONDA		1	3		1		1	6
IBAGUE	13	43	53	22	4		4	139
ILES	1							1
INIRIDA		2						2
INZA	2							2
IPIALES	30	68	32	7			1	138
ISNOS	5	8						13
ITAGUI	91	773	857	86	12	1	2	1822
ITSMINA	14	15	4					33
ITUANGO	18	22	18	1			1	60

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

IZA							1	1
JAMBALO	15	2						17
JAMUNDI		2	1					3
JARDIN	16	50	36	3				105
JERICO	7	32	27	2				68
LA APARTADA (LA	2	1						3
LA ARGENTINA	3	1						4
LA CALERA			2					2
LA CEJA	12	209	394	15			1	631
LA CELIA		1						1
LA CHORRERA	1							1
LA CRUZ	6	4	2					12
LA CUMBRE		1						1
LA DORADA	14	23	16	4	2			59
LA ESTRELLA	4	27	21		1			53
LA FLORIDA		1						1
LA GLORIA	1							1
LA HABANA				1				1
LA JAGUA DE IBI	1							1
LA LLANADA		1						1
LA MERCED			2					2
LA MONTA#ITA			1					1
LA PALMA		2	1					3
LA PAZ			1	1				2
LA PINTADA	1	3	1					5
LA PLATA	4	15	6					25
LA PLAYA				1				1
LA SIERRA	1		1					2

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

64

LA TEBAIDA	1			1				2
LA TOLA	1							1
LA UNION	22	106	40	3				171
LA UVITA		1					1	2
LA VEGA	1		2					3
LA VICTORIA	1							1
LA VIRGINIA		2	3					5
LABATECA	1							1
LEBRIJA	1							1
LEIVA	5							5
LERIDA		2	2					4
LETICIA	1	1	2	1				5
LIBANO	1	9	4	1				15
LIBORINA	6	26	8	1			1	42
LINARES		1	1					2
LONDRES			1	2		1		4
LORICA	13	10	3	1	1			28
LOS ANDES	1		1					2
LOS CORDOBAS	3	1						4
LOS PALMITOS			1					1
LOS PATIOS		2	1	1				4
LURUACO	1							1
LYON		1						1
MACEO	4	10	5	1				20
MADRID		4	1					5
MAGANGUE	7	13	8	1	1			30
MAGUI	2						1	3
MAHATES			1					1

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

MAICAO	5	4	3	2				14
MAJAGUAL	2							2
MALAGA	4	2	1	1				8
MALAMBO	1	1						2
MALLAMA	1	1						2
MANAURE	12	1						13
MANIZALES	10	46	69	18	5	1	1	150
MANZANARES	1		1					2
MAPIRIPAN		1						1
MARACAIBO			1					1
MARGARITA		1		1				2
MARIA LA BAJA	1							1
MARINILLA	6	72	105	2				185
MARIQUITA	2	5	1				1	9
MARMATO		2	2					4
MARQUETALIA		4	1					5
MARSELLA				1				1
MEDELLIN	947	5081	5498	950	369	61	39	12945
MEDELLIN-CENTRO	4	16	30	4				54
MEDINA		1						1
MEDIO SAN JUAN		3	1					4
MELGAR	3	2						5
MERCADERES		3						3
MIAMI			2					2
MILAN	1							1
MIRAFLORES		1	1	1				3
MIRANDA	2	1						3
MISTRATO	2	2						4

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

MITU	2	1	3					6
MO#ITOS		1	1					2
MOCOA	22	21	5					48
MOMIL	1	1						2
MOMPOS	4	7	4	1				16
MONGUI			1					1
MONQUIRA		1						1
MONTEBELLO	5	7	13					25
MONTELIBANO	101	51	23	1				176
MONTENEGRO		2		1				3
MONTERIA	61	94	61	16	11	3		246
MONTERREY	2	1						3
MONTEVIDEO						1		1
MOSQUERA							1	1
MURINDO	17	1	2					20
MUTATA	9	11	3					23
NARI#O	4	20	7	1				32
NATAGA			1					1
NATAGAIMA		1	1					2
NECHI	21	14	4	1			1	41
NECOCLI	48	27	11				1	87
NEIRA			2					2
NEIVA	7	29	29	7	2		2	76
NOBSA		1						1
NORCASIA			1					1
NUEVA YORK			2	1	1		1	5
NUQUI	2	3	2					7
OBANDO		2						2

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

67

OCA#A	7	23	13	5			1	49
OLAYA		4						4
ONZAGA			1					1
OPORAPA	1	5						6
ORITO	4	2						6
ORTEGA	1	1						2
OSPINA	1							1
OTANCHE		1						1
OVEJAS	2	3						5
PACORA	2	8	4					14
PAEZ	3	1		1				5
PAILITAS	2		1					3
PAIPA		5	3	1				9
PALERMO		1	2					3
PALESTINA		4						4
PALMIRA	6	25	14	3	1		1	50
PALMITO	1							1
PAMPLONA	4	18	12	1				35
PANAMA		1				1		2
PASTO	58	106	122	33	6			325
PATIA(EL BORDO)	3	4						7
PAZ DE ARIPORO			1	1				2
PAZ DE RIO		1						1
PELAYA	1							1
PENSILVANIA	1	2	4					7
PEQUE	3	11	2					16
PEREIRA	14	51	69	27	15	3		179
PIEDRECUESTA			1	1				2

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

PIEDRAS	1	1						2
PIENDAMO	2	2						4
PIJAO	2							2
PITALITO	16	39	17	1				73
PIVIJAY			1					1
PLANADAS			1					1
PLANETA RICA	40	40	13	1				94
PLATO	2		2					4
POLICARPA		1						1
POPAYAN	31	60	55	62	18		2	228
PORT OF SPAIN			1					1
POTOSI		1						1
PRADERA		2	2					4
PROVIDENCIA		1						1
PTO NARE(LAMAGD	4	19	11	1				35
PUEBLO BELLO	3							3
PUEBLO NUEVO	4	9	3					16
PUEBLO RICO			1					1
PUEBLORRICO	9	13	8					30
PUERRES	1	3						4
PUERTO LEGUIZA	1	2						3
PUERTO ASIS	14	8	2		1			25
PUERTO BERRIO	75	57	18	3				153
PUERTO BOYACA	4	18	6					28
PUERTO CAICEDO	1	1						2
PUERTO CARRENO			3					3
PUERTO ESCONDID	3	2	1					6
PUERTO GAITAN		1						1

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

PUERTO LIBERTAD	22	16	1					39
PUERTO NARI#O		1	1					2
PUERTO PARRA		1	2					3
PUERTO RICO	1	1						2
PUERTO SALGAR	3	3	5					11
PUERTO TEJADA	1	2	1					4
PUERTO TRIUNFO	5	9	6		1			21
PUERTO WILCHES	1		1					2
PUPIALES	8	4	2					14
PURACE	1							1
PURIFICACION			2					2
PURISIMA	1		1					2
QUEENS		1	3			1		5
QUIBDO	47	69	42	7				165
QUIMBAYA	1	1	3					5
QUINCHIA	2	4	4	1				11
QUIPAMA		1						1
QUITO			1	1				2
RAGONVALIA		1						1
RAMIRIQUI			1					1
REMEDIOS	12	13	13	2	1			41
RESTREPO			2					2
RETIRO	3	18	29				1	51
RICAURTE		2						2
RIO DE JANEIRO				1				1
RIO DE ORO	2		1					3
RIOBLANCO	1	1	1					3
RIOHACHA	11	9	12					32

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

70

RIONEGRO	36	405	604	52	6		7	1110
RIOSUCIO	53	24	25	2				104
RISARALDA	1	1	2	1				5
ROLDANILLO	4	7	5					16
ROSAS	1							1
ROVIRA	1	2						3
S.ANTONIO TEQUE		1						1
SABANAGRANDE				1				1
SABANALARGA	3	16	7	3				29
SABANETA		15	26	3				44
SACAMA		1						1
SAHAGUN	20	26	11	3				60
SALADOBLANCO		1						1
SALAMINA		8	5	1				14
SALDA#A		1						1
SALENTO	1	1					1	3
SALGAR	10	19	8	1				38
SAMANA	4	9	1	1				15
SAMANIEGO	14	13	2					29
SAMPUES	1	2	1					4
SAN AGUSTIN	5	14	4					23
SAN ALBERTO	2	1						3
SAN ANDRES	8	19	24	3	1			55
SAN ANDRES SOTA	11	4	3					18
SAN ANTERO	1							1
SAN ANTONIO		1						1
SAN BENITO ABAD		1						1
SAN BERNARDO							1	1

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

71

SAN BERNARDO DE	4	1	3				8
SAN CARLOS	9	59	16	4			88
SAN CRISTOBAL			1	1			2
SAN DIEGO		1	1				2
SAN FRANCISCO	7	9	3				19
SAN GIL	3	5	7	1			16
SAN JACINTO	3	2		2			7
SAN JACINTO DEL						1	1
SAN JERONIMO	3	14	2				19
SAN JOSE				2			2
SAN JOSE DE LA	3	11	2				16
SAN JOSE DE PAR			1				1
SAN JOSE DEL GU		3	2				5
SAN JUAN DE ARA		1					1
SAN JUAN DE BET		1					1
SAN JUAN DE URA	15	7	2	1			25
SAN JUAN DEL CE	6	6	4				16
SAN JUAN NEPOMU	2	5		1			8
SAN LORENZO		1					1
SAN LUIS	5	30	9		1		45
SAN LUIS DE GAC		1					1
SAN MARCOS	9	11	7				27
SAN MARTIN	1	1					2
SAN MARTIN DE L	1						1
SAN MIGUEL		1	1			1	3
SAN ONOFRE	3	1	1				5
SAN PABLO	10	4		1			15
SAN PEDRO	11	58	33	3			105

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

72

SAN PEDRO DE CA	1							1
SAN PEDRO DE UR	40	17	10					67
SAN PELAYO	2	2	1					5
SAN RAFAEL	6	28	19	2				55
SAN ROQUE	6	18	11	1				36
SAN SEBASTIAN B	2		1					3
SAN VICENTE	5	54	38	2				99
SAN VICENTE DE	2		1					3
SAN VICENTE DEL			1					1
SANDONA	4	4	2	1				11
SANTA ANA		1	1					2
SANTA BARBARA	12	54	34	1				101
SANTA CATALINA		1						1
SANTA ISABEL	1	1						2
SANTA MARTA	10	26	30	4				70
SANTA ROSA	1							1
SANTA ROSA DE C	1	3	5	2		1		12
SANTA ROSA DE O	7	87	36	1				131
SANTA ROSA DE V		1	3				2	6
SANTA ROSA DEL	2	3	1					6
SANTACRUZ	2	1						3
SANTAFE DE BOGO	53	242	329	94	19	5	57	799
SANTANDER DE QU	2	5	2	1				10
SANTIAGO	14	3	1		1			19
SANTO DOMINGO	9	9	8					26
SANTO DOMINGO D				1				1
SANTO TOMAS				1				1
SANTUARIO	15	112	38	4	1			170

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

73

SAO PAULO				2				2
SARAVENA	9	13	4					26
SARDINATA		2						2
SASAIMA							1	1
SEGOVIA	33	55	26	1				115
SESQUILE		1						1
SEVILLA	1	7	11		1			20
SIACHOQUE			1					1
SIBUNDOY	10	4	1		1			16
SILVIA	14	1	1					16
SIMACOTA		1						1
SINCE	3	10	5					18
SINCELEJO	35	89	45	13				182
SITIONUEVO		1						1
SOACHA	1	4	1				1	7
SOATA			1					1
SOCORRO		1	3	1	1			6
SOGAMOSO	3	12	10	1				26
SOLEDAD	1	4	2	1				8
SOLITA		1						1
SONSON	13	91	81	3				188
SOPETRAN	6	26	8			1		41
STA FE DE ANT	18	59	18				2	97
SUAITA				1				1
SUAN		1						1
SUAREZ		1						1
SUAZA		1						1
SUBACHOQUE			1					1

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

74

SUCRE	5	2						7
SUPIA	10	19	14	2				45
SUSACON			1					1
SYDNEY				1				1
TADO	3	6	4					13
TALAIGUA NUEVO		1	1					2
TAMARA		1						1
TAME		5	5				1	11
TAMESIS	3	18	26	2				49
TAMINANGO	7	4	1					12
TANGUA		1						1
TARAZA	32	33	12					77
TARQUI		2	1					3
TARSO	1	4	3					8
TAURAMENA	1	3	1					5
TEHERAN		1						1
TESALIA							1	1
TIBANA			1					1
TIBIRITA		1						1
TIBU			1					1
TIERRALTA	11	6	5					22
TIMANA		1						1
TIMBIO		2	1					3
TITIRIBI	1	10	10	1				22
TOCAIMA		1					1	2
TOKIO				1				1
TOLEDO	2	4	1	1				8
TOLU	3	11	4					18

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

75

TOLUVIEJO	4	5						9
TORIBIO	9	2	1					12
TORO		1						1
TORONTO			1					1
TULCAN			1					1
TULUA	8	8	11	4	1		1	33
TUMACO	5	8	7					20
TUNJA	1	8	11	3				23
TUQUERRES	11	22	8	1				42
TURBACO			2	1				3
TURBANA		1						1
TURBO	166	143	64	4	1			378
TUTASA		1						1
UBATE		2	2	1			2	7
UNGUIA	21	4	3				1	29
URAMITA	3	9	1	1				14
URIBIA	1	1						2
URRAO	17	50	34	1				102
URUMITA		1						1
VALDIVIA	5	16	6	1				28
VALENCIA	8	5	3	2				18
VALLE GUAMUEZ	2	4	2					8
VALLEDUPAR	20	35	28	6				89
VALPARAISO	8	8	7					23
VEGACHI	9	15	6					30
VELEZ		4	2					6
VENADILLO			1					1
VENECIA	3	14	7	1				25

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

76

VENTAQUEMADA							1	1
VERSALLES	2							2
VETAS		1						1
VIANI			1					1
VICTORIA	1	1						2
VIGIA DEL FUERT	5	7	1				1	14
VILLA CARO			1					1
VILLA DE LEYVA	1							1
VILLA DEL ROSAR	1	1		1				3
VILLAGARZON	2	1	1					4
VILLAMARIA			1					1
VILLANUEVA		6	2					8
VILLARRICA		1	1					2
VILLAVICENCIO	8	17	25	8	1			59
VILLETA		1						1
VISTA HERMOSA	1		1					2
VITERBO		3	1					4
YACUANQUER	1							1
YALI	1	5	2					8
YARUMAL	62	161	137	10	2			372
YOLOMBO	5	39	21	2				67
YONDO	2	2						4
YOPAL		7	8		2			17
YOTOCO		1						1
YUMBO	1		2					3
ZAPATOCA	1	1						2
ZARAGOZA	12	16	7					35
ZARZAL	2	3	1	1				7

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

77

ZIPAQUIRA		6	8	3			2	19
Total general	5134	15466	13123	2008	586	104	222	36643

Grupos y semilleros de investigación

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

78

Actualmente existen 82 semilleros de investigación dentro de las unidades académicas seleccionadas para el desarrollo de este trabajo.

Los semilleros que se encuentran dentro de la Universidad de Antioquia, son espacios donde los estudiantes pueden ampliar sus conocimientos y fortalecer sus competencias para la ejecución y aplicación de procesos investigativos en diferentes ámbitos sociales.

Estos semilleros además de estudiar la realidad social, también contribuye a cada uno de sus integrantes la construcción individual para desenvolverse en la sociedad, a su vez, aprende habilidades colectivas para un correcto trabajo en equipo. A continuación, nombraremos cada uno de los semilleros existentes en las unidades académicas escogidas para el desarrollo de este proyecto.

Facultad de Ciencias Sociales y Humana: esta facultad cuenta con 26 semilleros de investigación, en los que se trabajan diferentes temas sociales. El total de integrantes en los 26 semilleros pertenecientes a la Facultad de CSH, es de 365, según el pregrado y sus colaboradores.

N°	SEMILLEROS	N° DE INTEGRANTES	CONTACTO	FACULTAD
1	Sociología de la ciencia	20	carlos.aristizabal@udea.edu.co	FCSH
2	Psijurídica	13	diego.heredia@udea.edu.co	FCSH
3	Psicología Educativa	16	luz.restrepoo@udea.edu.co	FCSH
4	sobre envejecimiento y trabajo	20	mariaisabelzuluaga@yahoo.es	FCSH
5	Psicoanálisis y contemporaneidad	26	gloria.pelaez@udea.edu.co vargasgarcia@gmail.com japv984@gmail.com	FCSH
6	Cognición y Evolución	25	johny.villada@udea.edu.co johnyvillada@gmail.com	FCSH
7	Neuropsicología – Senepsi	16	mauricio.barrera@udea.edu.co	FCSH
8	Estudios Interculturales y De coloniales	12	rubby.gomez@udea.edu.co decolonialesintercultural@gmail.com	FCSH

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

79

9	Investigación Medio Ambiente y Sociedad (SIGMAS)	30	semillerosigmas@gmail.com	FCSH
10	Investigación de Psicología Dinámica	20	lcarolina.castrillon@udea.edu.co	FCSH
11	GIHS	11	grupohistoriasocial@udea.edu.co	FCSH
12	Grupo de estudio Marx y América Latina	5	gemafcsh@gmail.com	FCSH
13	Ciencias Sociales, educación, ciudadanía y conflicto en América Latina	8	luis.robledo@udea.edu.co	FCSH
14	Resistencia ciudadana, memoria histórica y narrativa	17	john.munoz@udea.edu.co	FCSH
15	Investigación en Análisis Político	17	alberto.giraldo@udea.edu.co	FCSH
16	Investigación en Intervención Social SIIS	15	semilleroigiis@gmail.com	FCSH
17	Grupo de estudio-semillero El método analítico	8	diego.lopera@udea.edu.co	FCSH
18	Investigación histórica GHMC	6	historiacontemporanea.udea@gmail.com	FCSH
19	Investigación Psicoanálisis, Sujeto y Sociedad	6	psicoanalisisujetoysociedad@gmail.com	FCSH
20	Investigación Psicología, Sociedad y Subjetividades	16	nataliamolinapsi@gmail.com	FCSH
21	Investigación Del Grupo Ser Humano Y Trabajo	8	fredy.giraldo@udea.edu.co anspico@gmail.com carmen.acevedo@udea.edu.co	FCSH
22	Sacralidad, trascendencia y Sentido en la Modernidad	11	jean.sarrazin@udea.edu.co	FCSH

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

80

23	Grupo de Trabajo en Psicología de la Salud	17	mercedesjimenezbenitez@yahoo.es	FCSH
24	Etnopsicología, Etnopsiquiatría y Enteógenos - Etnopsique-	12	mercedesjimenezbenitez@yahoo.es	FCSH
25	Procesos de integración en América Latina	5	marco_vvg@yahoo.es	FCSH
26	La Relación Marx – Hegel y la construcción metodológica que ellos aportan	4	marco_vvg@yahoo.es	FCSH

Facultad de Derecho: La facultad cuenta con 41 semilleros de investigación, pese a los esfuerzos para definir la cantidad de estudiantes incorporados en cada semillero, esto no fue posible, el motivo se dio a que algunos de los representantes de cada semillero no contribuyeron al suministro de los datos.

N°	SEMILLEROS	N° DE INTEGRANTES	CONTACTO	FACULTAD
1	Contratación Estatal	N/A	luismariomarin@gmail.com	Derecho
2	Estudios críticos sobre democracia	N/A	semilleroecriticosedemo@udea.edu.co	Derecho
3	Asuntos del mundo del trabajo	N/A	maria.bedoya@udea.edu.co	Derecho
4	Cine y Derecho	N/A	camilo.mejia@udea.edu.co	Derecho
5	Abolicionista contra el castigo (interuniversitario)	N/A	lauraossilva@gmail.com	Derecho
6	Contratación privada contemporánea	N/A	jonathan.zapataf@udea.edu.co luzmwills@gmail.com	Derecho
7	Debate y Argumentación	N/A	ramon.salazar1@udea.edu.co	Derecho

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

81

8	Derecho Procesal: lo público, lo privado y lo jurisdiccional	N/A	octavio.macias.gonzalez@gmail.com josegoja@gmail.com juanfelipevallejo@gmail.com	Derecho
9	Derecho Procesal	N/A	oscar.garcia@udea.edu.co	Derecho
10	Estudios sobre minería	N/A	diana.sanchez@udea.edu.co	Derecho
11	Derecho de familia	N/A	miguel.montoya@udea.edu.co	Derecho
12	Derecho tributario	N/A	julian.zambrano@udea.edu.co	Derecho
13	Virtual Derecho y contexto	N/A	camilo.mejia@udea.edu.co	Derecho
14	Economía Política enfoques críticos	N/A	paola.posada@udea.edu.co	Derecho
15	Educación y Política. A propósito de una pedagogía para la paz	N/A	luis.atehortua@udea.edu.co	Derecho
16	Estudios contemporáneos de la política (ECP)	N/A	yepes7047@gmail.com	Derecho
17	Estudios de política pública	N/A	semilleropoliticapublica@udea.edu.co	Derecho
18	Estudios sociopolíticos sobre futbol e hinchadas	N/A	camporia23@gmail.com	Derecho
19	Filosofía del Derecho	N/A	duber.celis@gmail.com	Derecho
20	Geopolítica	N/A	gasoto11@gmail.com	Derecho
21	Justicia transicional	N/A	david.valencia@udea.edu.co	Derecho
22	Litigio ante Sistemas Internacionales de Protección de Derechos Humanos – LSIPDH-	N/A	angela.benavides@udea.edu.co	Derecho
23	Derecho probatorio	N/A	ymancol@gmail.com	Derecho
24	Derecho probatorio civil	N/A	tania.rivera@udea.edu.co	Derecho
25	Seguridad Humana “desde abajo”	N/A	pablo.angarita@udea.edu.co	Derecho

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

82

26	Seguridad Social Integral	N/A	claudia.jimenez@udea.edu.co	Derecho
27	Sociología del Derecho y Teorías Jurídicas Críticas	N/A	gabriel.gomez@udea.edu.co	Derecho
28	Transformación de conflictos	N/A	edison.castrillon@udea.edu.co	Derecho
29	Código de policía	N/A	oscargarcia@yahoo.es	Derecho
30	Responsabilidad Internacional de los estados con enfoque en Derecho Internacional Ambiental y Energético	N/A	esteban.munoz@uniremington.edu.co	Derecho
31	Derecho y Economía	N/A	juan.herrera@udea.edu.co	Derecho
32	Derecho Agrario (GREDA)	N/A	derzuuzala@hotmail.com	Derecho
33	Económico Amalfi	N/A	juan.herrera@udea.edu.co	Derecho
34	Derechos Económicos Sociales y Culturales	N/A	juan.herrera@udea.edu.	Derecho
35	Género y Derecho Elvigia	N/A	generoyderecho8@gmail.com	Derecho
36	Grupo de discusión constitucional	N/A	mcristina.gomez@udea.edu.co derzu.perez@udea.edu.co tulio.chinchilla@udea.edu.co	Derecho
37	Interdisciplinario de seguridad social	N/A	carolina.montoya@udea.edu.co	Derecho
38	Derecho laboral y seguridad social	N/A	caravanes4@gmail.com	Derecho
39	Penitenciario	N/A	juan.posada@udea.edu.co	Derecho
40	Wet Wet fxi`xenxi	N/A	edwin.suaza@udea.edu.co	Derecho
41	Estudios dogmáticos y sistema penal	N/A	diana.arias@udea.edu.co	Derecho

Facultad de Comunicaciones: La facultad actualmente cuenta con 11 semilleros de investigación, cuenta con 128 estudiantes incorporados.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

83

N°	SEMILLEROS	N° DE INTEGRANTES	CONTACTO	FACULTAD
1	Semillero de Edición Crítica	N/A	felix.gallego@udea.edu.co	Comunicación
2	Semillero Transmediaciones	3	juan.arboledaa@udea.edu.co transmediaciones@gmail.com	Comunicación
3	Cineísmo: Semillero de Investigación Audiovisual	N/A	cinefagos@hotmail.com	Comunicación
4	Corpus Ex Machina: semillero de lingüística computacional	18	jorge.mauricio.molina@gmail.com	Comunicación
5	Semillero de Investigación en Literatura	N/A	historialiteraria@gmail.com	Comunicación
6	Semillero Español histórico de Antioquia (SEHA)	15	lanceyerika@gmail.com mclaudia.gonzalez@udea.edu.co	Comunicación
7	Semillero CinemÁgora, empelculados con la cultura	4	diana.ramirez4@udea.edu.co	Comunicación
8	Semillero de Comunicación Ambiental y Narrativas Territoriales (Canate)	30	giraldo@udea.edu.co	Comunicación
9	Semillero Gestión de la Comunicación	27	N/A	Comunicación
10	Semillero Guerra y Memoria Histórica	10	semilleroqmh@gmail.com	Comunicación
11	Semillero Conexos (Urabá)	21	laura.aristizabalj@udea.edu.co	Comunicación

Facultad de Educación: los semilleros que integran la facultad son 9, de los cuales no pudimos obtener el total de estudiantes que hace parte de cada uno de ellos.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

84

N°	SEMILLEROS	N° DE INTEGRANTES	CONTACTO	FACULTAD
1	DIVERSER: Pedagogía y Diversidad Cultural para las Regiones	N/A	Cristina Buitrago Bedoya.	Educación
2	ALMAGESTO	N/A	Carlos Agudelo.	Educación
3	IDE: Infancia, Desarrollo y Educación	N/A	Gloria Esperanza García Botero.	Educación
4	SIP: Semillero de Investigación en Pedagogía	N/A	Rosa María Bolívar Osorio.	Educación
5	Investigación en Educación Global/ Pedagogía Planetaria	N/A	Alexander Yarza de los ríos. Hilda Mar Rodríguez.	Educación
6	MATHEMA	N/A	Yadira Marcela Mesa. Jhony Villa Ochoa.	Educación
7	PiEnCias	N/A	María Mercedes Jiménez Narváez.	Educación
8	Somos Palabra	N/A	Gloria María Zapata Marín.	Educación
9	Uni/Pluriversidad SeUni/Pluri	N/A	Félix Rafael Berrouet Marimón.	Educación

Facultad de Artes: En el rastreo realizado se encontró que la Facultad de Arte posee solo 5 grupos, los cuales veremos a continuación.

N°	Investigación	N° DE INTEGRANTES	CONTACTO	FACULTAD
1	Teoría e Historia del Arte en Colombia	N/A	Gabriel Mario Vélez Salazar	Artes
2	Músicas Regionales	N/A	Alejandro Tobón Restrepo	Artes

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

85

3	Hipertrópico: Convergencia entre Arte y Tecnología	N/A	Isabel Acevedo	Restrepo	Artes
4	Artes Escénicas y del Espectáculo	N/A	Marleny Montoya	Carvajal	Artes
5	Artes y Modelos de Pensamiento	N/A	Johann Wolfgang Pérez	Friedrich Hasler	Artes

Encuesta rápida

Con el fin de involucrar a los estudiantes de las facultades anteriormente mencionadas, se realizó una encuesta dirigida a esas unidades académicas, la cual consistía en enviarle un cuestionario vía correo electrónico por medio del área de comunicación de cada facultad. En el proceso me tuvo varios inconvenientes, los cuales voy a enumerar a continuación.

1. La Facultad de Ciencias Sociales y Humana, no permitió hacer el envío del cuestionario a los estudiantes de pregrado porque según el comunicador esa divulgación podría generarle un Spam al correo difusor de la facultad, pero él accedió a publicar el cuestionario en un boletín. Por ese motivo no se logró cumplir a cabalidad con el objetivo en esa facultad.
2. Se le envió el cuestionario a los representantes de cada semillero de la Facultad de Comunicaciones, Derecho y Ciencias sociales y humanas, donde se cuenta con la mayor audiencia, de lo cual no se obtuvo confirmación alguna sobre el envío.
3. Otra de las facultades de la cual no se obtuvo respuesta alguna sobre el envío de la encuesta, fue la Facultad de Educación.

Dicho esto. El objetivo de la encuesta, si no hubiese habido ningún inconveniente alguno era, que la comunidad universitaria de las facultades seleccionadas se hiciera participe de este proyecto que va dirigido a ellos, a su vez, también se buscaba tener en cuenta las opiniones de los participantes para poder sustentar mediante cifras las observaciones de los mismos frente a todo lo que implica la difusión de sus creaciones académicas dentro de la Universidad.

También se esperaba una participación de por lo menos dos mil -2.000- a tres mil -3.000- estudiantes en esta encuesta, ya que la población que se tenía estudiada era de diez mil trescientos setenta y cinco -10375- estudiantes entre las facultades seleccionadas y cuatrocientos noventa y tres -493- estudiantes entre los semilleros, para un total de diez mil ochocientos sesenta y ocho -10868- estudiantes.

La encuesta que fue difundida tuvo una participación de doscientos cincuenta -252- estudiantes, y constaba de 7 preguntas, de las cuales 2 eran abiertas y 5 cerradas. También dos de ellas estaban enfocadas en una estrategia de marketing digital, estrategia que se implementará en la sostenibilidad del sitio Web, las otras 5 preguntas van dirigidas a la forma e inconvenientes que han tenido los estudiantes con sus creaciones académicas y la creación de otro medio difusor. Estas preguntas son:

1. ¿Alguna vez ha querido publicar sus trabajos académicos en la Universidad de Antioquia?

La participación en esta pregunta arrojó como resultado que: 162 estudiantes seleccionaron la opción sí y 90 la opción no.

Representación gráfica 4



2. ¿Ha tenido algún inconveniente al momento de publicar sus trabajos académicos en la Universidad?

La participación que se obtuvo en esta pregunta es contraria a la anterior, la cantidad de personas que manifestaron inconvenientes al momento de publicar sus contenidos académicos fue de 51 y 201 dijeron no.

Representación gráfica 5



3. ¿Cree usted que a la Universidad de Antioquia le hace falta un medio para la divulgación de trabajos académicos?

En cuanto a la pregunta de que si la universidad le hace falta un medio que se enfoque en los estudiantes de pregrados, estos respondieron 210 sí lo creen necesario y 42 no.

Representación gráfica 6



4. Si hubiera un sitio Web para la publicación de trabajos académicos ¿los publicarías?

El mayor número de respuestas positivas lo tuvo esta pregunta, en la que 230 estudiantes ven necesario la creación de un medio difusor de contenidos académicos y 22 de ellos no lo ven necesario.

Representación gráfica 7



5. ¿Qué tipo de trabajos académicos publicarías?

A continuación, mostraremos algunas de las respuestas depositadas por los estudiantes en la encuesta, esto con el fin de saber qué temas serían de mayor tráfico por el medio.

Tipo de trabajos académicos			
1	Investigación periodística.	20	Medio Ambiente.
2	Trabajos de Grado.	21	Investigaciones.
3	Trabajos periodísticos.	22	Reportajes.
3	Trabajos audiovisuales.	23	Series fotográficas.
4	Investigación periodística.	24	Artículos escritos durante el proceso de formación.
5	Crítica literaria.	25	Reflexiones locales desde la perspectiva de mi profesión.
6	Artículos de revista.	26	Investigaciones sobre percepción, religión y conflicto social.
7	Artículos de opiniones.	27	El empoderamiento de la mujer en la sociedad y/o la necesidad de inculcar el sentido de pertenencia de su entorno.
8	Entrevistas y crónicas.	28	Medio Ambiente.
9	Ensayos.	29	Videos de contenido musical.
10	Narrativas.	30	Composiciones y ejercicios musicales.
11	Cuentos.	31	Interpretación y estilo musical; pedagogía musical.
12	Análisis de autores.	32	Investigación y textos argumentativos sobre música.
13	Reseñas de libros.	33	Obras de los estudiantes de composición.

14	Innovación o impacto social.	34	Propuestas artísticas.
15	Libros.	35	Vídeos de puestas en escena de danza.
16	Arte y Filosofía.	36	Fotografía.
17	Artículos científicos de investigaciones.	37	Geografía.
18	Exploraciones sonoras.	37	Historia.
19	Economía		

Las siguientes dos preguntas van enfocadas en una estrategia de marketing digital, con el fin de poder tener una visión más amplia sobre cuál método implementar para dar a conocer el medio y posteriormente posicionarlo dentro de la universidad que es el objetivo inicial de este proyecto.

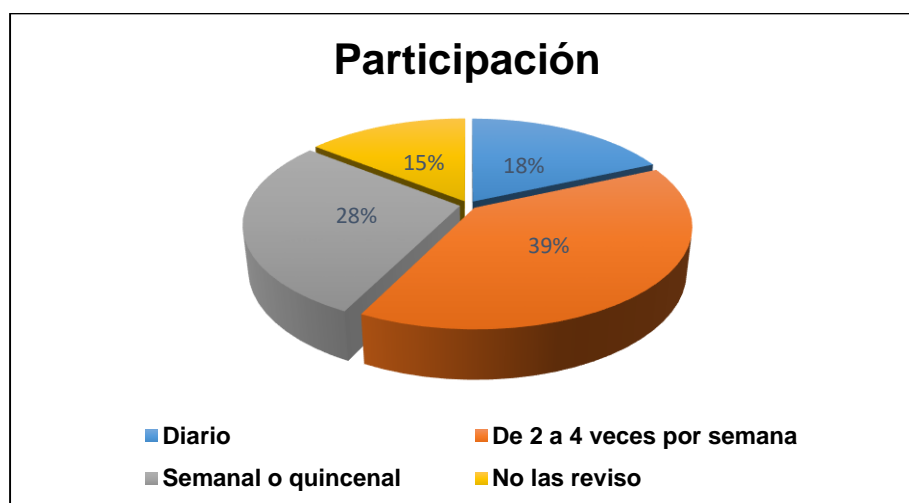
Dentro de la estrategia se pretende saber qué medio difusor consultan con más frecuencia, ya sea las redes sociales de la Universidad o el correo electrónico para ver los contenidos que le llegan al mismo.

6. ¿Con qué frecuencia revisas las redes sociales de la Universidad de Antioquia?

La participación que se vio evidenciada en esta pregunta estrategia puede dar a entender que las redes sociales que se encuentran dentro de la Universidad no tiene un impacto tan grande como debería. El resultado quedó así:

- 46 estudiantes las revisan diario.
- 98 de 2 a 4 veces por semana.
- 71 lo hacen semanal o quincenal.
- 36 no las revisa

Representación gráfica 8



7. ¿Con qué frecuencia revisas los correos electrónicos que te envía la Universidad de Antioquia?

El caso de los mensajes enviados por correo electrónico es totalmente contrario a la anterior participación. Una muy buena estrategia de marketing actualmente se basa en el envío de publicidad o información mediante correos electrónicos, este panorama que en gran parte es una muy buena opción para una interacción más directa con los estudiantes. El resultado fue:

- 163 estudiantes lo revisan diario.
- 70 de ellos los hacen 2 a 4 veces por semana.
- 13 lo hacen semanal o quincenal.
- 5 no lo revisa.

Representación gráfica 9



Plan estratégico de marketing digital

Construcción de la marca

Objetivo general

Brindarles a los estudiantes universitarios un sitio Web para la divulgación de sus trabajos académicos y, a su vez, crear vínculos entre comunidades que contribuirán mediante estrategias al posicionamiento del medio.

Objetivos específicos

- Fortalecer la participación de los estudiantes universitarios en las diferentes áreas del conocimiento y crear vínculos entre academia y comunidades.
- Integrar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la comunidad académica.
- Crear métodos estratégicos que contribuyan a desarrollar las habilidades de la comunidad académica y el posicionamiento del sitio Web.
- Crear planes estratégicos para darle sostenibilidad y posicionamiento del sitio Web.

¿Por qué los hacemos?

Buscamos que, durante su formación académica, el estudiante cuente un sitio web en el que pueda compartir su conocimiento. Contribuyendo así al desarrollo de sus habilidades personales y profesionales durante el recorrido por la institución.

¿Cómo lo hacemos?

Con un equipo de trabajo sólido y estratégico, que busca brindarle al estudiante acompañamiento, experiencia, conocimiento, destrezas, innovación y los medios necesarios para dar a conocer sus creaciones académicas.

¿Cómo lo hacemos?

Compartimos contenidos académicos en formato digital, cuyo enfoque se centra en la divulgación de trabajos académicos de estudiantes universitarios.

¿Qué hacemos?

Compartimos contenidos académicos en formato digital, cuyo enfoque se centra en la divulgación de trabajos académicos de estudiantes universitarios.

Insights

- Un espacio donde puedo compartir con total libertad mis trabajos y, al mismo tiempo mostrarlos.
- Encontrar en el medio un espacio para compartir mis creaciones académicas con la comunidad en general.
- Desarrollar habilidades en temas de escritura, investigación, comunicación y relaciones públicas.
- Una nueva alternativa de comunicación digital, que ayudaría a desarrollar habilidades en la academia.
- Contribuir a la participación de temas de interés colectivo dentro y fuera de la universidad.
- Plasmar mis pensamientos y a la vez darlos a conocer a la sociedad.

Personalidad de la marca

COACADEMIC es un joven entre los 28 y 30 años, es apasionado por la escritura, la investigación, la innovación, lo interactivo y creativo. Le encanta aprender de las personas que lo rodean y le aportan a su desarrollo personal y profesional. Le gusta ser colaborativo, intuitivo, curioso, tolerante, comunicativo, de pensamientos diversos y fiel defensor de los derechos humanos.

Público objetivo

Nuestro público son jóvenes universitarios, con un rango de edad que va desde los 16 a 30 años aproximadamente, su estrato socioeconómico puede variar según su localización. Emplean la mayor parte de su tiempo en labores académicas, navegación en internet, lecturas de su interés, encuentros sociales y actividades que contribuyan a una buena salud física y mental.

¿Qué queremos comunicar?

COACADEMIC pretende mostrar que el conocimiento depositado en los trabajos académicos de los estudiantes, contiene un gran valor dentro de la comunidad académica y la sociedad. Que la experiencia y el desarrollo profesional del estudiante se forjan dentro de la institución y no al momento de salir al mercado laboral.

Análisis de la marca

En esta primera fase del plan de marketing, iniciaremos con el análisis interno y externo de la marca. Para ello nos basaremos en el método más usado dentro del marketing digital, llamada matriz DOFA, en ella analizaremos cuatro puntos indispensables, estos son: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Entendiendo que las Oportunidades y las Amenazas pertenecen al análisis externo, mientras que las Fortalezas y las Debilidades están sujetas al ámbito interno.

El objetivo que se busca al momento de realizar el análisis DOFA, es hacer una relación entre los puntos fuertes y débiles que hayamos detectado, para posteriormente tener así un panorama más amplio del mercado y la marca.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ COACADEMIC es un medio que le apuesta a los nuevos retos digitales. ➤ Se brinda una plataforma y diferentes canales difusores para la divulgación de contenidos académicos en formato digital. ➤ Cuenta con un equipo editorial para la corrección y edición de los contenidos a publicar. ➤ Las publicaciones para estudiantes de pregrado es 100% gratuita. ➤ Mejora la accesibilidad de contenidos académicos a las comunidades. ➤ Brinda una tienda online. ➤ Brinda información de interés académico y social. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recurso económico insuficiente para el mantenimiento de la plataforma y sus canales. ➤ Recursos técnicos y tecnológicos bajos. ➤ Bajo presupuesto para el diseño y la estructura de la plataforma. ➤ Bajo presupuesto para el pago del recurso humano. ➤ Poco recurso humano.

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyecta estrategias digitales para incorporar y guiar a la audiencia en temas de innovación digital. ➤ Promueve la apropiación del conocimiento y la participación académica. ➤ Es un mercado poco explotado. ➤ Se cuenta con una gran cantidad de contenidos académicos sin publicar. ➤ Crecimiento orgánico en el medio. 	
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competidores directos e indirectos posicionados. ➤ Poca participación de los estudiantes. ➤ No lograr el alcance deseado. ➤ Las normas poco reguladas de tratamiento de datos en la web. ➤ Contratiempo que se puedan presentar en la ejecución de los procesos del medio. ➤ Estructura interna del equipo de trabajo débil. ➤ No lograr establecer las alianzas deseadas en el plan de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es un sector educativo muy productivo y poco explorado. ➤ Nuevas alianzas estratégicas para lograr el posicionamiento de la plataforma. ➤ Se apuesta al cuidado de medio ambiente. ➤ Debido a la demanda de contenidos, el crecimiento sería orgánico. ➤ Sostenibilidad por medio de los servicios prestados por la plataforma. ➤ Divulgación de contenidos académicos en diferentes formatos digitales. ➤ Comercio electrónico.

Análisis general DOFA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo colaborativo con aliados para incursionar en el mercado educativo. ➤ Utilizar los medios propios y de los aliados para potenciar un crecimiento orgánico del medio.

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participar en foros, investigaciones, conversatorios entre otros eventos para lograr un posicionamiento del medio. ➤ Recurrir a los recursos humanos del sitio para potenciar los servicios que ofrece el medio, logrando así la sostenibilidad del mismo. ➤ Generar una comunidad participativa con el fin de lograr la expansión del medio. ➤ Apropiarnos de la poca explotación del mercado para potenciar los servicios y las soluciones que ofrece el medio a las necesidades de la comunidad académica.
--

Influencia externa (PESTEL)

P	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creación de nuevas normativas digitales. ➤ Poca cooperación por parte de entidades gubernamentales. ➤ Vínculos para crear nuevos proyectos.
E	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ahorro en materia prima. ➤ Ahorro en infraestructura. ➤ Comercio electrónico orgánico. ➤ Costos en la sostenibilidad del medio.
S	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creación de vínculos entre comunidades. ➤ Promueve una participación académica y social. ➤ Brinda un servicio al alcance social. ➤ Sector muy productivo. ➤ Aporte a nuevos estilos de vida.
T	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma con diferentes canales difusores. • Sostenibilidad a corto y largo plazo. • Mayor alcance de la información. • Implementación de las nuevas tecnologías. • Diversidad de formatos digitales.

E	<ul style="list-style-type: none">• Amigables con el medio ambiente.• Promovemos el cuidado por el ecosistema.• Proyectos que ayuden a combatir los problemas ambientales.• Ahorro de materia prima tangible.• Aportamos innovación ambiental.
L	<ul style="list-style-type: none">• Uso y tratamiento de los datos.• Nuevas normas para la sociedad en red.• Limitaciones derechos de autor.• Consecuencias legales por el uso de la información.• Penalizaciones.• Normativas inestables en temas digitales.

Estrategias y tácticas

En la etapa de tácticas y estrategias del medio, tenemos dos objetivos primordiales, uno es el posicionamiento y otro sería el lanzamiento. En la etapa uno se activa la estrategia de posicionamiento del sitio Web, enfocándonos en el blog del medio, sin dejar de lado las publicaciones o contenidos ajenos a esa sección, y posteriormente se realizará el lanzamiento del sitio Web, que está establecida para el 17 de noviembre de 2019, fecha conmemorativa donde se celebra el día mundial del estudiante.

Etapa 1: Posicionamiento	Etapa 2: Lanzamiento
Acciones estratégicas	
Blog	Alianzas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de contenido de valor para la audiencia. ✓ Investigaciones. ✓ Cursos y talleres. ✓ Foros. ✓ Entrevistas, noticias, conferencias, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer e-mail marketing: con las marcas aliadas. ✓ Dar a conocer las marcas patrocinadoras mediante eventos y por medio de las plataformas. ✓ Trabajar en proyectos de interés mutuo. ✓ Publicidad en el sitio Web, entre otros convenios que surjan.

ETAPA 1 - ACCIÓN ESTRATÉGICA	
Público	Todos los públicos, enfatizando en estudiantes, docentes, universidades y comunidades.
Tácticos	Apertura de los canales con contenido y relacionamiento
Canales	Todos los canales disponibles
Temas de comunicación	Productos y servicios del medio

Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-book ➤ Historias o hechos de interés. ➤ Memes ➤ ¿Sabías qué? ➤ Videos explicativos. ➤ Cursos y foros. ➤ Trabajos académicos. ➤ Post ➤ Storytelling
-------------------	--

ETAPA 2 - ACCIÓN ESTRATÉGICA	
Público	Todos los públicos
Tácticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mostrar la marca ➤ Foros, cursos y talleres ➤ Servicios ofrecidos por el medio y sus aliados ➤ Ventajas del sitio Web
Canales	Todos los canales disponibles
Temas de comunicación	Identidad de la marca y posicionamiento
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-book ➤ Videos explicativos. ➤ Cursos y foros. ➤ Trabajos académicos. ➤ Post ➤ Storytelling

Canales: Los canales aquí señalados, son los que implementará el medio de acuerdo al análisis externo realizado al momento de medir la competencia.

Facebook	Facebook tendrá la función de compartir los contenidos publicado en el sitio web, generar crecimiento orgánico, posicionar, crear interactividad con los contenidos y redireccionar al sitio web.
Instagram	Posicionamiento de la marca, tráfico al sitio web, compartir publicaciones académicas, datos curiosos y todos aquellos contenidos que contribuyan al crecimiento orgánico del sitio web.
Twitter	Esta red funcionará para compartir contenidos académicos, posicionamiento de la marca, datos curiosos y generar tráfico al sitio web.
YouTube	En YouTube se publicarán los trabajos académicos, posicionamiento de la marca y eventos importantes que ayuden al crecimiento del sitio web.
Sitio Web	El sitio web será el medio principal para la divulgación de los contenidos académicos, el posicionamiento de la marca, los productos y servicios que ofrece el sitio y, captación de audiencia.

Horario de publicación

Los horarios de publicación pueden variar según el comportamiento de la audiencia.

REDES	DÍA	HORA	CONTENIDO	OBSERVACIONES
FACEBOOK	Miércoles	A las 3.00 p.m	* Infografías	Los contenidos pueden variar de acuerdo a la estrategia implementada para ese día. Generar interactividad mediante etiquetas, reacciones, compartir, etc.
	Jueves	De 1:00 a 4:00 p.m	* Fotos	
	Viernes	De 1:00 a 4:00 p.m	* Artículos	
	Sábados	De 12:00 a 1:00 p.m	* ¿Sabías qué?	
	Domingo	De 12:00 a 1:00 p.m	* Memes * Videos * Cifras * Preguntas que generan interactividad.	
TWITTER	De lunes a viernes	De 12:00 a 2:00 p.m y a las 5:00 p.m	* Infografías * Fotos * Artículos * ¿Sabías qué? * Memes * Videos * Cifras	
INSTAGRAM	Lunes y jueves	Cualquier horario, excepto de 3:00 a 5:00 p.m	* Infografías * Fotos * ¿Sabías qué? * Memes * Videos	

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

YOUTUBE	Cualquier día de la semana.	Cualquier franja horaria estaría perfecta.	*Videos informativos	
PÁGINA WEB	Domingo, miércoles y viernes.	Cualquier franja horaria.	Trabajos académicos, talleres, cursos, noticias, etc.	

Plan de redes

El plan estratégico de redes que se mostrará a continuación, tendrá una duración de tres meses desde el momento de su activación en redes sociales. Posteriormente se modificará según los datos que arroje la autoría del tercer mes, sin dejar de llevar un seguimiento mes por mes, esto con el fin de hacer un seguimiento sobre la audiencia, su consumo y las interacciones que más haya impactado en los consumidores.

Lunes		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	Meme, trivia, video explicativo, preguntas, infografías, GIF, post.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Meme, trivia, video explicativo, infografía
Mi cara cuando me entero de los que pasó en... (hechos históricos)	Facebook, Twitter e Instagram.	Meme, trivia, preguntas, video explicativo, infografía, post, entre otros formatos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.

Martes		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

Mi cara cuando me entero de los que pasó en... (hechos históricos)	Facebook, Twitter e Instagram.	Meme, trivia, preguntas, video explicativo, infografía, post, entre otros formatos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Meme, trivia, video explicativo, infografía, post, video
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	E-book, infografía
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	Meme, trivia, video explicativo, preguntas, infografías, GIF, post.

Miércoles		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	Meme, trivia, video explicativo, preguntas, infografías, GIF, post.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Mi cara cuando me entero de los que pasó en... (hechos históricos)	Facebook, Twitter e Instagram.	Meme, trivia, preguntas, video explicativo, infografía, post, entre otros formatos.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.

Jueves		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Mi cara cuando me entrego de los que pasó en... (hechos históricos)	Facebook, Twitter e Instagram.	Meme, trivia, preguntas, video explicativo, infografía, post, entre otros formatos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.

Viernes		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	Meme, trivia, video explicativo, preguntas, infografías, GIF, post.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

107

Sábado		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	GIF, meme, video
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Mi cara cuando me entero de los que pasó en... (hechos históricos)	Facebook, Twitter e Instagram.	Meme, trivia, preguntas, video explicativo, infografía, post, entre otros formatos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.

Domingo		
Público	Todos los públicos	
Vértice	Posicionamiento/productos	
Tema	Canal	Contenido
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Multimedial.
Entretenimiento (Cosas que le suelen pasar a los estudiantes).	Facebook, Twitter e Instagram	GIF, meme, video
Trabajos académicos.	Facebook, Twitter e Instagram	Multimedial.
Servicios de Coacademic. (promociones, asesorías, productos)	Facebook, Twitter e Instagram, YouTube	Video, post, descuentos, testimonios, GIF, entre otros recursos.

Diseño del sitio web

El diseño del sitio web contará con nueve secciones que nombraremos a continuación, no obstante, el esquema está sujeto a modificaciones en el tiempo, la parte inicial del medio se basa en una estructura que busca que los usuarios que naveguen por este medio tenga una buena experiencia e interacción a la hora de navegar por el mismo.

Logo y eslogan



Menú: El menú se encuentra dividido en las siguientes secciones:



- **CO:** es la sección de inicio, donde se mostrará los trabajos más vistos por los usuarios, allí también se mostrarán noticias sobre diferentes temas que involucren al medio, como también se le abre espacio a las promociones y publicidad pagada por terceros.
- **Actualidad:** es la sección donde se tratarán temas actuales que involucran los géneros periodísticos que generan inmediatez o coyuntura actual.
- **Historias:** los hechos históricos serán enmarcados en las crónicas, reportajes de largo aliento, hechos históricos, entre otras anécdotas que se puedan enfrascar en esta sección.
- **Investigación:** En las investigaciones se incorpora todo lo que son Trabajos de Grado, investigaciones científicas, talleres de semilleros, entre otras investigaciones que puedan ser incluidas en esta sección.
- **Audiovisual:** se busca alojar podcast y videos que cuenten historias o hechos de interés común.
- **Cootienda:** esta sección hace parte de la sostenibilidad del medio, lo cual busca brindarle a los estudiantes productos y servicios que satisfagan las necesidades de la audiencia.

- **Boletín:** dentro de la sección de boletines se pretende generar una serie de publicidad a diferentes empresas aliadas o que de cierta forma manifiesten el deseo de pautar con nosotros algún tipo de información.
- **Servicios:** Los servicios que brinda Coacademic están divididos en dos públicos objetivos, en primera instancia se encuentra los estudiantes y como segunda las empresas. Para ambos públicos se buscamos brindarle asesoría según sea sus necesidades en el momento.
- **Blog:** el blog lo tenemos con el área donde el medio emitirá sus comunicados, cursos, talleres, novedades, noticias, entrevistas, entre otros temas que se consideren ser divulgadas dado el grado de interés o importancia.

Costo del sitio Web

Para el desarrollo del sitio se escogió trabajar con la plataforma de Wix, ya que facilita la edición y el uso del sitio Web a crear. Esta plataforma cuenta con diferentes planes según sea la necesidad del usuario y/o cliente. Actualmente la plataforma cuenta con cinco planes en los cuales su costo varía según las características de cada uno. A continuación, se verá reflejado en un cuadro las características que brinda la plataforma y consigo se señalará con una (x) el plan que posee esa característica.

Características	Planes				
	VIP	eCommerce	Unlimited	Combo	Connect Domain
Ancho de banda: el ancho de banda es la cantidad de información o de datos que se suministran a través de una conexión de red en un lapso de tiempo estipulado.	X	X	X	X	X
Almacenamiento: el almacenamiento busca brindar mayor capacidad para alojar y	X	X	X	X	X

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

contribuir a la optimización de los archivos allí cargados.					
Conecta tu dominio: brinda la facilidad de poder conectar algún dominio que tengas con el sitio web, esto sin mayor esfuerzo.	X	X	X	X	X
Ayuda Premium: el servicio de ayuda permite aclarar dudas que tengan los usuarios que estén creando su sitio o vayan hacerlo.	X	X	X	X	X
Dominio gratis: si al momento de comprar el sitio Web no se tiene dominio alguno, la plataforma obsequia uno totalmente gratis por un año.	X	X	X	X	
Elimina anuncios de Wix: en esta opción el sitio Web te da la opción de poder disfrutar del sitio sin que la plataforma de Wix muestre publicidad en la página del propietario.	X	X	X	X	
Favicon personalizado: se le denomina favicon a los iconos pequeños que aparecen en la barra de dirección Web, esto con el fin de darle al sitio creado un toque personaliza.	X	X	X	X	
Form Builder App - Valor \$48: este se basa en la creación de un	X	X	X		

Propuesta para la creación de un medio de comunicación para la difusión de trabajos académicos de estudiantes universitarios

formulario online en el que se puede recopilar información de los clientes.					
Site Booster App - Valor \$60: esta opción permite generar más tráfico de personas hacia el sitio, también genera posicionamiento en los motores de búsquedas, tales como Google, Yahoo ¡, ente otros.	X	X	X		
Tienda online: esta permite establecer un carrito de compras, esto para llevar acabo la venta de productos o servicios en el sitio Web.	X	X			
10 newsletters al mes: brinda la posibilidad de crear boletines que a su vez se pueden hacer visibles en las redes sociales, generando así una audiencia mucho más informada sobre temas relacionados con el sitio.	X				
Respuesta prioritaria: permite recibir asistencia al instante, esto se da cuando se está en la categoría VIP.	X				

Actualmente los costos varían según el tiempo y acuerdo de contratación al que se haya llegado, también influye los tiempos en que hay promociones con el 50% de descuento en algunos planes.

Los costos de los planes se manejan mensual, anual o cada dos años. A continuación, se mostrará cada uno de ellos y su respectivo valor.

Periodo de tiempo	Planes				
	VIP	eCommerce	Unlimited	Combo	Connect Domain
Mensual	30 dólares	19 dólares	16 dólares	11 dólares	6 dólares
1 año	294 dólares	193 dólares	148 dólares	99 dólares	49 dólares
2 años	552 dólares	355 dólares	274 dólares	182 dólares	90 dólares

Dando cuenta de lo anterior, se pretende establecer un contrato anual para poder ir dando cuenta de cada necesidad del medio en ese trascurso de tiempo, también se evitaría con la compra del sitio anual la variabilidad en los costos del sitio según el comportamiento del mercado.

Como se está iniciando el proyecto, el plan a elegir para este desarrollo sería el *eCommerce*. Dando cuenta que este plan es el punto neutro que incluye la mayoría de las características que se necesitan para establecer un medio de comunicación sin inconveniente alguno en su ejecución, es caso de lo contraria se podría generar la migración al plan *VIP*.

Sostenibilidad de la página

La sostenibilidad de la página dependerá de varios factores, el primero es la creación de una tienda virtual, la cual comercializará productos y servicios dirigidos a la comunidad en general, como segundo contaremos con las publicidades que se les hagan a terceros en la sección de boletines, y por ultimo tendremos los servicios que brindaría la empresa a estudiantes en cuanto a lo académico y en empresa en el área de agencia digital.

Referencias

Alonso, Jaime. 2008. *El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos*. Universidad de Murcia. Pdf. Disponible en: <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf>. Consultado el 15 de septiembre de 2018.

Gil Vera, Víctor Daniel. 2015. *Sistemas de Gestión de Contenidos (SGC): una revisión sistemática de literatura*. Fundación Universitaria Luis Amigó. Pdf. Encontrado en: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/Dialnet-SistemasDeGestionDeContenidosSGC-6007717.pdf>. Consultado el 23 de septiembre de 2018.

Hütt Herrera, Harold. 2012. *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>. Consultado el 4 de octubre de 2018.

Jiménez González, Daniela. 2018. *Dos universidades colombianas, entre los 20 primeros puestos de ranquin latinoamericano*. Periódico El Colombiano. Disponible en: http://www.elcolombiano.com/antioquia/dos-universidades-colombianas-entre-las-20-mejores-de-ranquin-latinoamericano-XB9322716?utm_campaign=Echobox&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1536853599. Consultado el 14 de septiembre de 2018.

Kemp, Simón. 2018. *Digital in 2018: World's Internet users pass the 4 billion mark*. We Are Socia. Disponible en: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Consultado el 23 de septiembre de 2018.

Latorre, Marino. 2018. *Historia de las webs, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Universidad Marcelino Champagnat. Pdf. Disponible en: http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf . Consultado el 15 de septiembre de 2018.

Licklider, Joseph Carl Robnett. 2002. *Historia de Internet*. Boston, Estados Unidos. Doc. Pdf. Disponible en: http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1239136955718_1163871558_10281/historia%20internet.pdf. Consultado el 16 de septiembre de 2018.

Lujan Mora, Sergio. 2002. *Programación de aplicación web: historia, principios básicos y clientes web*. Libro de Google Académico. Editorial Club Universitario. Pdf. Disponible en: file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/sergio_lujan-programacion_de_aplicaciones_web.pdf. Consultado el 16 de septiembre de 2018.

Molano, Adriana. 2012. *¿Qué es comercio electrónico (e-commerce)?* Corporación Colombia Digital. Página oficial. Bogotá. Disponible en: <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/1677-que-es-comercio-electronico-e-commerce.html>. Consultado el 3 de octubre de 2018.

Mejía Llano, Juan Carlos. 2013. *Guía del Community Manager*. Editorial Anaya Multimedia. Madrid, España.

Página oficial de la Universidad de Antioquia. *La UdeA en las regiones*. Disponible en: <http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/sedes-seccionales>. Consultado el 16 de septiembre de 2018.

Página oficial de la Universidad de Antioquia. *Unidades académicas*. Encontrada en: <http://portal.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/unidades-academicas/> Consultado el 16 de septiembre de 2018.

Página oficial de Milenium. *Sitio Web*. Guadalajara, México. Disponible en: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>. Consultado el 17 de septiembre de 2018.

Página oficial Milenium. *Buscadores*. Guadalajara, México. Disponible en: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-el-web/buscadores.html>. Consultado el 3 de octubre de 2018.

Periódico Información. *Las 10 páginas web más visitadas del mundo*. Disponible en: <https://www.diarioinformacion.com/vida-y-estilo/tecnologia/2016/05/17/10-paginas-web-visitadas-mundo/1762473.html>. Consultado el 17 de septiembre de 2018.

Silva Quiroz, Juan. 2011. *Diseño y moderación de entornos virtuales de aprendizaje (EVA)*. Editorial UOC. Barcelona.