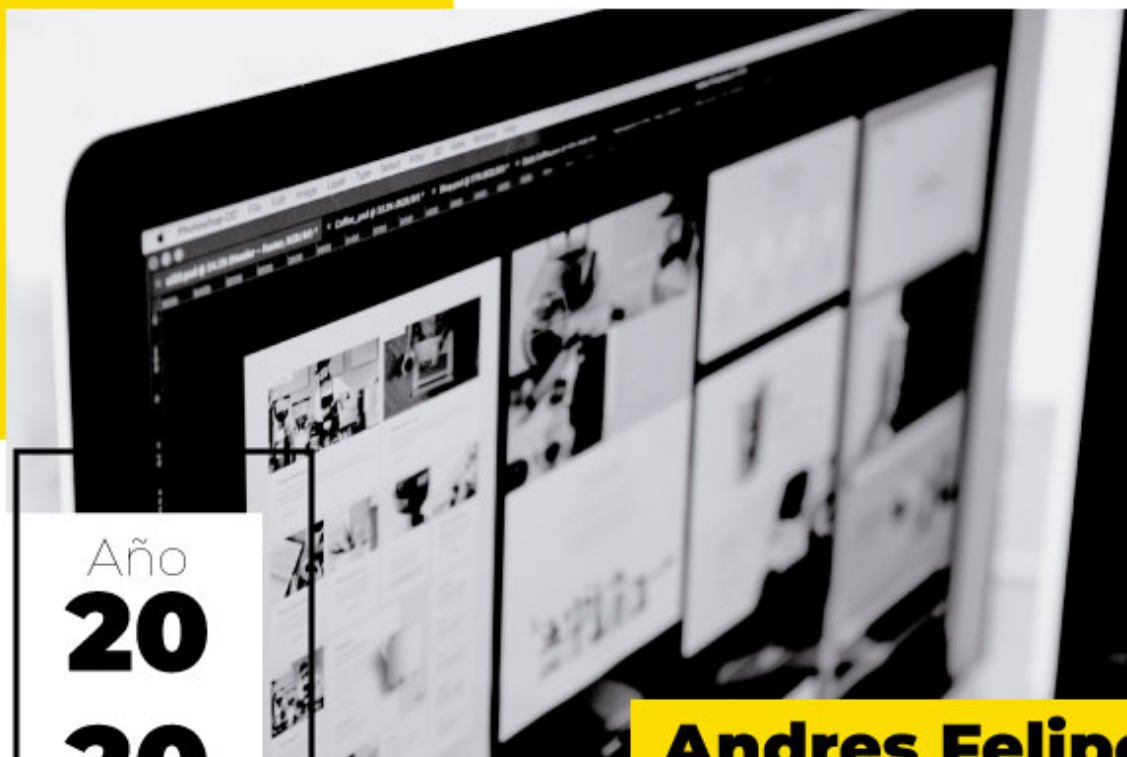


Prácticas laborales

Formación final de un diseñador gráfico



Año
20
20

Andres Felipe
Huertas Martinez

UAN
UNIVERSIDAD
ANTONIO NARIÑO
2020-1

Andrés Felipe Huertas Martínez

Prácticas laborales, formación final de un diseñador gráfico.

**Universidad Antonio Nariño
2020-1**

Firmas jurado

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres que me han apoyado incondicionalmente en mi crecimiento como profesional a través de mi vida académica, a las personas que de alguna u otra manera contribuyeron a mi formación como persona llevándome a tomar las mejores decisiones durante todo este periodo de formación profesional.

Agradecimientos

Doy gracias a Dios por darme la oportunidad de prepararme como diseñador gráfico, a mis padres por apoyarme en mi preparación académica a lo largo de mi vida, a los distintos docentes que hicieron parte de mi formación profesional compartiendo sus conocimientos frente al ser diseñador y el campo laboral permitiendo me llegar a este momento.

El proceso no ha sido fácil, pero con orgullo puedo decir que he podido superar los diferentes retos durante la carrera académica haciéndome crecer como profesional y persona

Tabla de contenido

Tabla de imágenes	7
Tablas	7
Resumen	8
Palabras claves	8

Capítulo 1

Introducción	9
Objetivo general	9
Objetivos específico	9
Justificación	10
Metodología	10
Marco de referencia	11
Contexto	12

Capítulo 2

Cronograma	13
Proyecto	14

Capítulo 3

Análisis de resultados	34
Conclusiones del proyecto	34
Recomendaciones	35

Material complementario

Lista de Referencias	36
----------------------	----

Tabla de imágenes

Imagen 1	13
Imagen 2	14
Imagen 3	14
Imagen 4	15
Imagen 5	15
Imagen 6	15
Imagen 7	16
Imagen 8	16
Imagen 9	17
Imagen 10	17
Imagen 11	18
Imagen 12	18
Imagen 13	19
Imagen 14	19
Imagen 15	20
Imagen 16	21
Imagen 17	21
Imagen 18	22
Imagen 19	22
Imagen 20	23
Imagen 21	23
Imagen 22	24
Imagen 23	24
Imagen 24	25
Imagen 25	25
Imagen 26	26
Imagen 27	27
Imagen 28	27
Imagen 29	28
Imagen 30	28
Imagen 31	29
Imagen 32	29
Imagen 33	30
Imagen 34	30
Imagen 35	31
Imagen 36	31
Imagen 37	32

Tablas

Tabla 1	12
Tabla 2	12
Tabla 3	12
Tabla 4	12
Tabla 5	13

Resumen

El siguiente trabajo da cuenta de lo realizado durante el periodo de practica de diseño gráfico durante 04 de febrero y el 30 de mayo del año 2020, dando cuenta los procesos de comunicación dentro de una comunidad universitaria especifica como la Fundación Universitaria San Martín a partir del cronograma, piezas y análisis de la práctica dando cuenta de la importancia de este proceso como formación final del diseñador afianzando sus herramientas como profesional.

Palabras claves

- 1.Prácticas profesionales
- 2.Gestion de la comunicación
- 3.Diseño gráfico
- 4.Trabajo creativo
- 5.Comunidad universitaria

Abstract

The following work accounts for what was done during the graphic design work practice period during February 04 and May 30, 2020, accounting for the communication processes within a specific university community such as the San Martín University Foundation from of the schedule, pieces and analysis of the practice, realizing the importance of this process as a final training for the designer, strengthening his tools as a professional.

Keywords

1. Labor practices
2. Communication management
3. Graphic design
4. Creative work
5. University community

Capítulo 1

Introducción

El aprendizaje que se puede generar a partir del enfrentamiento de retos reales a partir de las prácticas profesionales puede ayudar a entender y comprender las diferentes herramientas y habilidades aprendidas durante su desarrollo académico como se menciona en el trabajo *EL SISTEMA DE FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO* (Martín Eduardo 2009) al mencionar que las prácticas profesionales es un entorno real de trabajo constituyen un “mecanismo destinado a complementar y perfeccionar el proceso formativo” (p.123). Es por esta razón que al desarrollar las prácticas profesionales se pueden evidenciar procesos aprendidos durante del aprendizaje profesionales como en este caso son los procesos creativos para la creación de contenidos gráficos.

Es por eso que mediante este trabajo se quiere dar cuenta del trabajo dentro de un equipo de comunicaciones como el de la Fundación Universitaria San Martín afianzando los conocimientos adquiridos en el ámbito académico a través de los distintos métodos de creación para las diferentes piezas gráficas requeridas, además de las interacciones profesionales que implican ser parte del equipo de comunicaciones de esta universidad es por eso que se dejará evidencia de las piezas realizadas durante el periodo de práctica.

OBJETIVO GENERAL

El siguiente trabajo tiene como fin analizar como las practicas influyen en la formación final de un estudiante de diseño gráfico a través de las diferentes estrategias de comunicación que se brindan desde un equipo de trabajo para una comunidad universitaria específica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Identificar el rol del diseñador gráfico dentro de un equipo de comunicación
2. Conocer los procesos de creación dentro de un equipo de trabajo creativo
3. Conocer los procesos de comunicación para una comunidad universitaria en específico.

JUSTIFICACIÓN

El presente texto tiene como fin dar cuenta sobre el desarrollo de la práctica profesional de diseño Gráfico dentro del equipo de comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín, realizado durante el semestre 2020-1. Con lo cual se quiere dejar constancia de los logros alcanzados mediante el desarrollo de las diferentes piezas gráficas, el trabajo en equipo y el aprendizaje que se puede dar al ser parte de un equipo de trabajo de comunicación.

Dejando conocer las diferentes tareas que tiene un diseñador gráfico en función de la comunicación interna de una universidad, a través de la realización de las diferentes piezas gráficas para redes sociales y correos masivos.

Este trabajo está dentro de la línea de investigación Arte, Diseño y Sociedad que pertenece a la facultad de artes de la Universidad Antonio Nariño, ya que al desarrollarse se establecen conocimientos desde la disciplina del diseño debido a que se deja en evidencia sobre la función social del arte.

METODOLOGÍA

Generalmente el departamento de comunicaciones se conforma por una directora de comunicaciones, una comunicadora social y un practicante de diseño, las solicitudes de las diferentes facultades de maneja con un formato interno de la universidad donde cada facultad, departamento o persona debe mandar por correo, con algunos datos como título del evento o clase, hora y lugar, quién organiza, a quien va dirigido y si lleva algún texto en especial.

En cuanto al desarrollo de las prácticas se inicia con el conocer y entender una parte sobre el branding que tiene desarrollado la universidad donde el manual corporativo juega un papel importante para la construcción de las piezas gráficas ya que a partir de este se conocen los colores corporativos, el logo y sus combinaciones de color correctas y la familia tipográfica con la que la universidad trabaja. Para la realización de las piezas se tienen en cuenta el tipo de imágenes, iconos, y demás elementos como color, logo y tipografía que al momento de la publicación de la pieza influyen para que cumplan los diferentes estándares de comunicación interna de la universidad.

Generalmente se le indica a diario la pieza que se debe realizar, de acuerdo con esto y las indicaciones como: El formato de la pieza ya sea para redes sociales o correos masivos, los textos que deben estar presentes como fechas exactas, hora y lugar en algunos casos nombre de invitados o conferencistas del evento si es el caso, títulos y subtítulos etc.

Una vez se tenga la pieza realizada se le indica a la persona encargada para la revisión y los ajustes que se requieran, generalmente al principio es bastante frecuente ya que se requiere una adaptación mejor a la línea gráfica ya establecida por la universidad.

Las tareas que se tienen a cargo son la creación de piezas para redes ya sean en videos o imagen, la edición de videos para el canal de YouTube o publicaciones en Instagram y Facebook de acuerdo a las

solicitudes que haya en el departamento de comunicaciones, el brindar apoyo manteniendo actualizadas las diferentes carteleras de información dentro de los diferentes bloques y facultades de la universidad.

MARCO DE REFERENCIA

La educación superior en Colombia en los últimos años ha enfrentado diversos retos como se afirma en el documento *La educación superior en Colombia: situación actual y análisis de eficiencia* (Melo, Ramos & Hernández 2017)

La educación superior en Colombia enfrenta retos importantes dentro de los que se destacan la ampliación de los niveles de cobertura y el mejoramiento de la calidad de las instituciones que ofrecen servicios educativos en este nivel de enseñanza (p.60)

En los últimos años a nivel nacional se han encontrado más de un millón de estudiantes entre los diferentes programas técnicos, tecnológicos y de pregrado como se menciona en anterior texto y en el cual se afirma que

Los diferentes programas de educación superior registraron 1.954.201 estudiantes en el año 2015, de los cuales 1.806.400 estaban matriculados en programa técnico, tecnológico o de pregrado y 147.800 en programas de posgrado. (p.75)

Por otra parte, las prácticas profesionales se consideran parte de la formación profesional debido que se adquieren nuevas herramientas del desarrollo en el ámbito laboral brindando nuevas experiencias y herramientas haciendo del profesional una persona competente para el desarrollo de su disciplina tal como se menciona *Manual de prácticas* (Escobar Silvia 2007) Las prácticas profesionales que se gestionan desde la academia, la investigación, y la extensión formando al ser desde el saber profesional (p.10)

Dentro de las diferentes piezas se puede dar cuenta de algunas teorías y conceptos como teoría del color, diagramación, desarrollo de una línea gráfica como el desarrollo de marca, estilos tipográficos, estética, funcionalidad, equilibrio, jerarquía de la información, legibilidad, entre otros. Estos se ven reflejado en las diferentes piezas ya que sin estos conceptos no se podría hablar de funcionalidad debido que para que se genere un buen diseño de acuerdo con los requerimientos de la universidad alguno de estos conceptos debe ser los pilares para la realización de las piezas requeridas.

Entre otros conceptos que se pueden encontrar para el desarrollo de la comunicación es el de branding el cual general mente se encuentra en los elementos más destacados para el desarrollo de la línea gráfica de la institución, el cual se desarrolla para una buena comunicación con su público objetivo como se menciona en trabajo *Fundamentos del branding* (Casanovas Javier 2017) El branding también es importante para una empresa consolidada que quiere adaptarse a los cambios de entorno (p. 7)

Esta parte es fundamental tenerla clara para poder llevar a cabo el desarrollo de marca de una manera coherente y eficaz de acuerdo a lo que quiere la empresa, pero también a la manera que se quiere llegar al público específico.

Otro elemento que se puede evidenciar en este proceso es el de la gestión de la comunicación donde la comunicación juega un papel importante al momento del desarrollo de la marca tal como se afirma en *Gestión de la comunicación* (Martín, Olarte, Reinales & Zamino 2019)

La comunicación integrada escogida puede conseguir una serie de objetivos diferentes en función de la situación actual de la marca y de la etapa de desarrollo en la que se encuentre, las características del público objetivo. (p.37)

La gestión de la comunicación de la comunicación junto con sus diferentes elementos puede jugar un papel importante al momento de conseguir los diferentes objetivos dentro de una empresa o institución.

Uno de los puntos que se pueden tocar es la identidad visual ya que al momento de comunicar esto es lo que le da pertenencia a las diferentes piezas gráficas dentro del desarrollo de comunicación como se menciona en el trabajo *Branding Construir marcas inolvidables* (Doppler 2018) al decir que

Tanto el logo como el nombre forman parte de la Identidad Corporativa cuyo principal objetivo es representar visualmente los valores de tu compañía a través de distintos elementos, tanto físicos como digitales. (p.29)

Dando pie para hablar sobre la comunicación debido a que medida de los años las empresas o instituciones se han dado cuenta que la manera en la que se comunican con su público al momento de ofrecer productos o servicios cada vez es más importante esto se afirma en el trabajo *Manual práctico de Comunicación Organizacional* (Castro Adela 2015)

El auge de la comunicación en las organizaciones como parte del éxito es indiscutible. Poco a poco los directores y gerentes se han dado cuenta que el buen funcionamiento y logros de objetivos de la compañía sea cual sea su giro, se basa no solo en la calidad de su producto o servicio, sino también en el buen funcionamiento y adecuada estructura de sus redes de comunicación. (p.42)

CONTEXTO

Al comenzar las prácticas se hace un análisis propio a partir de la información que se brinda y las diferentes piezas que ya se encuentran echas para determinar el lenguaje que normalmente se utiliza de acuerdo con el público al que se quiere llegar sean estudiantes, docentes o administrativos. Básicamente el equipo de comunicación se divide en tres cargos, el jefe de comunicación que es el que gestiona las diferentes solicitudes de las piezas que se requieren, luego el gestor de comunicación quien es el encargado de realizar todas las publicaciones en las diferentes canales de la universidad como redes sociales, canal de YouTube, correos masivos, ajustar los copies e incluso la creación de piezas gráficas para los canales mencionados, por último está el practicante de diseño quien se encarga de apoyar con la creación de piezas y conceptos para la misma de acuerdo a las solicitudes que gestione el jefe o gestor de comunicaciones.

Generalmente el número de piezas dependía de la solicitud, pero en general se realizaba dos piezas que se realizaban para redes, el proceso para esto consistía en leer el formato para tomar los datos necesarios, se buscaba un referente, se realizaba la pieza se pasaba a revisión y se realizan los cambios para enviar para su publicación.

Al comenzar la pandemia se comenzó a trabajar desde casa siguiendo los mismos pasos o procesos para la creación de las piezas, aun que, si vale la pena resaltar que se vio una disminución de las piezas por semana, pero aun así se siguió con el respectivo cronograma con sus debidos ajustes.

CAPITULO 2

CRONOGRAMA

En esta parte se arma un cronograma con los ajustes debido a la pandemia ya que se trabajó desde casa, pero aun así se establecieron fechas y piezas precisas.

1. Piezas para redes de clase de Rumba	Fecha de cumplimiento o planeada	4/02/2020
2. Piezas para redes de clase de carnavalito	Fecha de cumplimiento o planeada	5/02/2020
3. Edición video capellán	Fecha de cumplimiento o planeada	5/02/2020
4. Piezas de señalización	Fecha de cumplimiento o planeada	7/02/2020
5. personaje animación	Fecha de cumplimiento o planeada	7/02/2020
6. comienzo animación	Fecha de cumplimiento o planeada	10/02/2020
7. pieza iccetex	Fecha de cumplimiento o planeada	11/02/2020
8. Pieza homenaje póstumo	Fecha de cumplimiento o planeada	11/02/2020
9. Avance animación video interactivo	Fecha de cumplimiento o planeada	12/02/2020
10. Avance animación	Fecha de cumplimiento o planeada	13/02/2020

Tabla 1: Cronograma

11. pieza suicidio	Fecha de cumplimiento o planeada	14/02/2020
12. Primera edición de video coordinador	Fecha de cumplimiento o planeada	17/02/2020
13. Edición final video coordinador	Fecha de cumplimiento o planeada	18/02/2020
14. Edición video veterinaria	Fecha de cumplimiento o planeada	20/02/2020
15. Animación artículo	Fecha de cumplimiento o planeada	24/02/2020
16. Cambio y edición video interactivo	Fecha de cumplimiento o planeada	2/03/2020
17. piezas cumpleaños	Fecha de cumplimiento o planeada	5/03/2020
18. Creación piezas para juego adivina	Fecha de cumplimiento o planeada	6/03/2020
19. Piezas entrenamientos	Fecha de cumplimiento o planeada	9/03/2020
20. pieza conferencia	Fecha de cumplimiento o planeada	10/03/2020

Tabla 2: Cronograma

21. Muckup informe interno	Fecha de cumplimiento o planeada	13/03/2020
22. piezas ejercicio en casa	Fecha de cumplimiento o planeada	2/04/2020
23. piezas Aero rumba	Fecha de cumplimiento o planeada	14/04/2020
24. piezas campaña	Fecha de cumplimiento o planeada	15/04/2020
25. piezas para posturas saludable	Fecha de cumplimiento o planeada	17/04/2020
26. edición pdf póliga estudiantil	Fecha de cumplimiento o planeada	20/04/2020
27. Edición del pdf logos	Fecha de cumplimiento o planeada	22/04/2020
28. Pieza sobre beneficios del ejercicio	Fecha de cumplimiento o planeada	23/04/2020
29. Gifs sobre Beneficios del ejercicio	Fecha de cumplimiento o planeada	24/04/2020
30. piezas para conferencia sobre el abuso sexual en una cita	Fecha de cumplimiento o planeada	28/04/2020

Tabla 3: Cronograma

31. Piezas para clase virtual de kung fu	Fecha de cumplimiento o planeada	30/04/2020
32. Piezas para informe sobre la plataforma estudiantil	Fecha de cumplimiento o planeada	4/05/2020
33. Piezas sobre pago en línea	Fecha de cumplimiento o planeada	7/05/2020
34. Piezas sobre clases de rumba de salsa y merengue	Fecha de cumplimiento o planeada	13/05/2020
35. Pieza para correo masivo para encuesta del covid 19	Fecha de cumplimiento o planeada	14/05/2020
36. Piezas para eucaristía	Fecha de cumplimiento o planeada	15/05/2020
37. Piezas ganadores del torneo estudiantil de parchís	Fecha de cumplimiento o planeada	18/05/2020
38. Piezas para torneo de parchís de docentes y administrativos	Fecha de cumplimiento o planeada	19/05/2020
39. Pieza para cita de planificación familiar	Fecha de cumplimiento o planeada	20/05/2020
40. Se realizan piezas para segundo torneo de parchís	Fecha de cumplimiento o planeada	26/05/2020

Tabla 4: Cronograma

41. Piezas para ganadores de torneo parchis administrativos	Fecha de cumplimiento o planeada	26/05/2020
42. Piezas para webinar de espiritualidad	Fecha de cumplimiento o planeada	27/05/2020

Tabla 5: Cronograma

PROYECTO

Al comenzar se debe tener en cuenta que como practicante se tiene un papel más de aprendiz, pero esto no quiere decir que desde los conocimientos adquiridos en la carrera académica no se puedan hacer aportes a partir de la solución de los diferentes retos que conlleva realizar las diferentes piezas gráficas que se solicitan a diario. Estas son las primeras piezas que se realizaron durante la practica y en las cuales se ve que estaba acoplándome a la forma de adaptar la línea grafica que la universidad ya tena definida.



Imagen 1: piezas para Instagram y Facebook Clase de rumba

Fuente: Creación propia



Imagen 2: piezas para Instagram y Facebook Fogata cultural
Fuente: Creación propia



Imagen 3: Video para el canal de youtube Invitación del capellán
Link: https://www.youtube.com/watch?v=i16W_kpzIcI
Fuente: Creación propia

AUDIOVISUALES Y ALMACÉN

SANMARTÍN
Fundación Universitaria

Imagen 4: piezas para impresión Señalización de salones

Fuente: Creación propia

La realización de cada pieza en sí es una oportunidad para poder aportar desde el diseño al buen manejo de la comunicación institucional logrando un buen funcionamiento del diseño para así poder comunicar de manera clara y precisa manteniendo la línea gráfica propuesta por la universidad. En la realización de las piezas se puede ver el avance en cuanto a la manera del desarrollo de los diferentes conceptos como limpieza, equilibrio, jerarquía de la información y la adaptación de una manera adecuada del desarrollo de marca de la universidad.

Njnjooooo-_____



Imagen 5 y 6: piezas para animación creación del personaje y avance video para pausas activas

Fuente: Creación propia



Imagen 7: Pieza para Facebook y Instagram sobre charla informativa el icetex

Fuente: Creación propia



Imagen 8: Pieza para Facebook y Web homenaje póstumo

Fuente: Creación propia



Imagen 9: Avance animación pausas activas

Fuente: Creación propia



Imagen 10: Avance animación pausas activas

Fuente: Creación propia

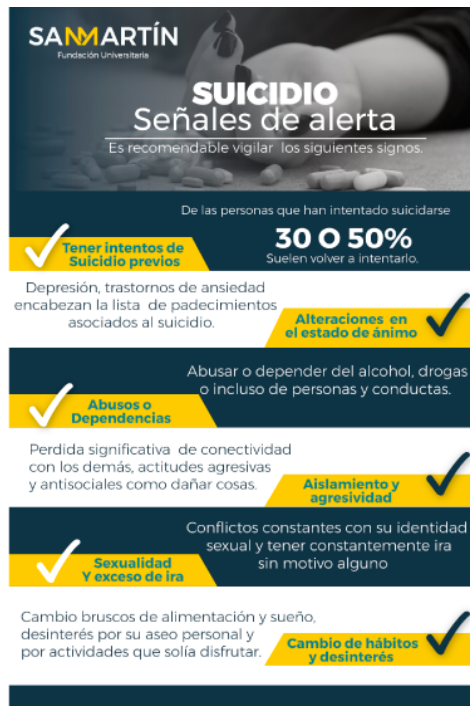


Imagen 11: Pieza para Facebook y correo Suicidio, señales de alerta

Fuente: Creación propia



Imagen 12: Video para el canal de YouTube coordinador de educación a distancia

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=rm1-55Ut6Qk>

Fuente: Creación propia



Imagen 13: Video para el canal de YouTube Clínica veterinaria

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=1INbslo2Q54>

Fuente: Creación propia

3. Deja pasar tiempo entre tus horas d



Para retener lo aprendido, debes dejar pasar un par de horas en tus momentos de estudio para dejar reposar la información.

Imagen 14: Pieza para correo masivo Practicas de estudio

Fuente: Creación propia

Uno de los retos que más vale resaltar es la búsqueda de un formato y manera adecuada de dirigir la información como paso en el desarrollo de del video interactivo para las pausas activas donde inicialmente se propuso la realización de una animación por lo que se desarrolló un personaje se adaptaron los textos y demás elementos pero al momento de ver el resultado final se decidió cambiar la manera de dar la información por lo que se grabó y edito un video con el instructor de bienestar universitario logrando así que la información se diera de una manera eficaz y efectiva.

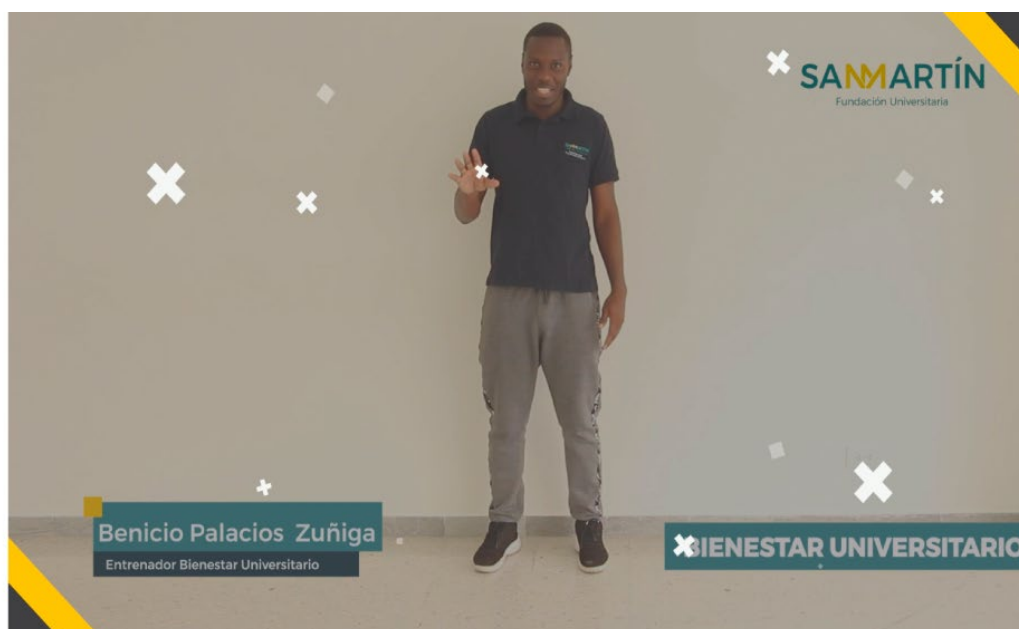


Imagen 15: Video para el canal de YouTube pausas activas

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=jy8dhU67ZkM>

Fuente: Creación propia

Otro de los retos que se presentan normalmente al comienzo es la acomodación de los textos y los diferentes juegos tipográficos que se pueden dar junto con la integración de símbolos y formas más la jerarquización de la información logrando mantener un buen resultado en cuanto estéticamente como funcionalidad para el proceso de comunicación interna de la Fundación Universitaria San Martín.



Imagen 16: Piezas correo masivo Para los cumpleaños
Fuente: Creación propia



Imagen 17: Piezas para impresión e interacción de estudiantes de medicina
Fuente: Creación propia



Imagen 18: Piezas para impresión y redes sociales Entrenamientos Bienestar
Fuente: Creación propia



Imagen 19: Piezas para redes sociales Conferencia contabilidad
Fuente: Creación propia



Imagen 20: Piezas para informe interno
Fuente: Creación propia



Imagen 21: Piezas Facebook e Instagram Rutina ejercicios en casa
Fuente: Creación propia



Imagen 22: Piezas Facebook e Instagram Clase de aero rumba
Fuente: Creación propia



Imagen 23: Piezas Facebook e Instagram Campaña quédate en casa
Fuente: Creación propia

Alguno de los retos que se presentan con mayor frecuencia durante las prácticas es poder mantener o incluso mejorar la línea gráfica como el desarrollo de marca a través de las distintas piezas logrando una unidad con lo que la universidad ya tiene establecido tanto lo que uno quiere proponer, generalmente siempre o bueno en la gran mayoría de veces se presentarían cambios debido a que se debe constantemente se necesita una adaptación constante a lo que verdaderamente a lo que la comunicación necesita para que sea efectiva y no a lo que el diseñador desee basado en experiencias propias o en sentimientos, entendiendo que como diseñador pertenece a un equipo de comunicación por lo que debe estar consciente y en pro de que las diferentes piezas cumpla su funcionalidades básica de comunicar de manera adecuada.



Imagen 24: Piezas Facebook e Instagram Posturas saludables

Fuente: Creación propia



Imagen 25: Piezas Facebook e Instagram Beneficios de la actividad física

Fuente: Creación propia



Imagen 26 Piezas Facebook, Instagram y Twitter Violencia Sexual
Fuente: Creación propia



Imagen 27: Piezas Facebook e Instagram Clase Kung fu
Fuente: Creación propia



Imagen 28: Piezas Facebook e Instagram Aviso plataforma
Fuente: Creación propia



Imagen 29: Piezas Facebook, Instagram, Correo masivo pago virtual
Fuente: Creación propia

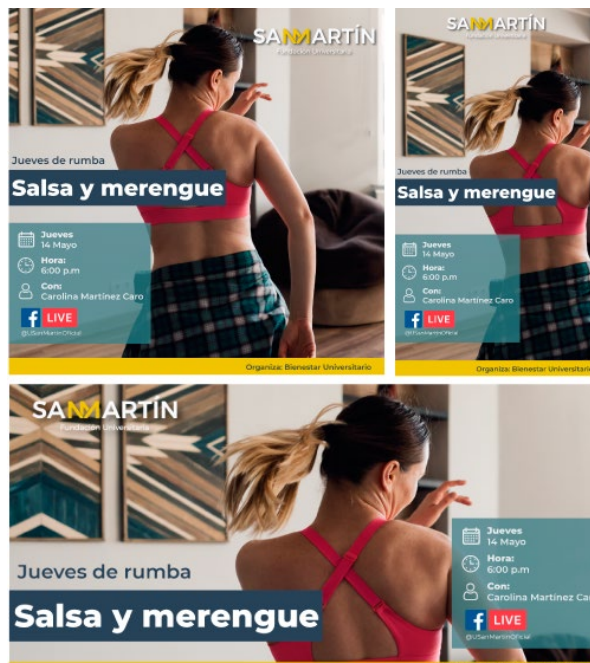
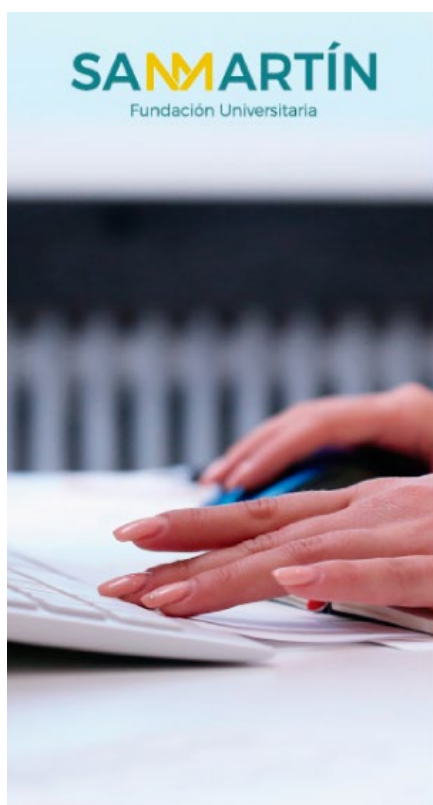


Imagen 30: Piezas Facebook, Instagram y Twitter Clase de salsa
Fuente: Creación propia



ENCUESTA EMERGENCIA NACIONAL COVID-19

Un saludo especial para todos nuestros colaboradores de la FUSM

De acuerdo con el Sistema Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) de la Fundación Universitaria San Martín, en donde se consigna su compromiso frente a la salud de los trabajadores, y en virtud de la "Resolución 666 del 24 de abril de 2020 por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19".

Se pretende recabar información que complemente el protocolo de bioseguridad de la Fundación, por ello se desea a través de la siguiente encuesta obtener datos de todo nuestros Colaboradores, en lo relacionado a COVID-19, así mismo evaluar la presencia de síntomas que pudieran estar presentándose por una probable exposición a agentes de riesgo biomecánicos en sus actividades laborales.

La información obtenida a través de la encuesta gozará de la respectiva confidencialidad cumpliendo con los lineamientos de la normatividad legal vigente para el tratamiento de datos personales.

El plazo para el diligenciamiento de la encuesta es de 10 días

RESPONDER AQUÍ

Imagen 31: Piezas correo masivo Encuesta

Fuente: Creación propia



Imagen 32: Piezas Facebook e Instagram Eucaristía virtual

Fuente: Creación propia



Imagen 33: Piezas Facebook e Instagram Torneo parchís ganadores
Fuente: Creación propia



Imagen 34: Piezas Facebook e Instagram Planificación familiar
Fuente: Creación propia



Imagen 35: Piezas Facebook e Instagram Torneo parchís
Fuente: Creación propia

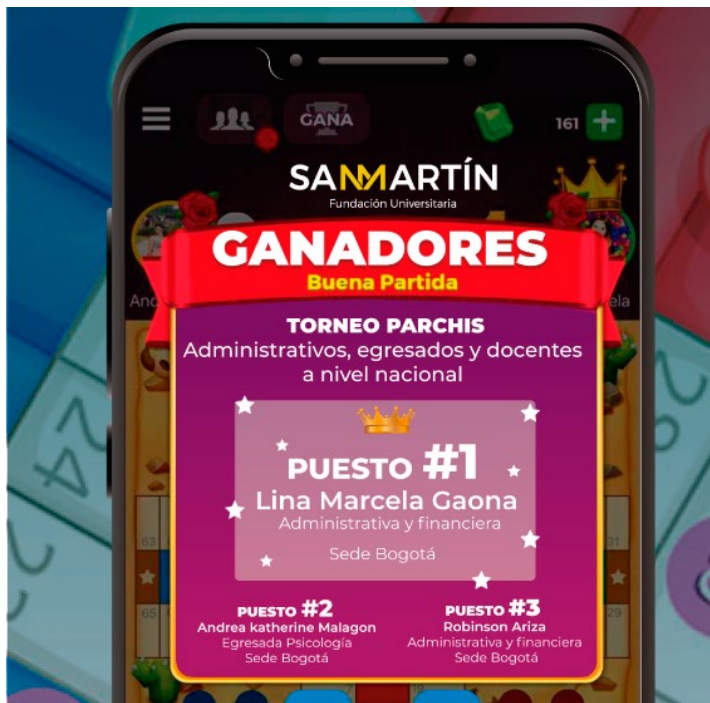


Imagen 36: Piezas Facebook e Instagram Torneo parchís ganadores
Fuente: Creación propia



Imagen 37: Piezas Facebook e Instagram webinar de espiritualidad
Fuente: Creación propia

CAPÍTULO 3

Análisis de los resultados

Durante las practicas se puede notar un cambio de la forma de conceptualización, la elaboración y la finalización de las diferentes piezas. También se pudo comprender el papel que como diseñador se juega dentro de un equipo de comunicación dando cuenta que cada pieza elaborada debe de hacerse bajo la línea gráfica establecida sin que esto signifique que todas deben ser iguales, todo lo contrario, cada pieza debe ser diferente al momento de comunicar y debe de hacerlo de manera precisa y clara.

Cada pieza debe comunicar de manera clara y precisa el mensaje requerido por las distintas áreas que pueden converger dentro de una universidad como Fundación Universitaria San Martín, logrando así transmitir el mensaje de manera gráfica llevando a si a una interacción al público al cual se quiera llegar llámese estudiantes, docentes o administrativos.

Por otro lado al pertenecer como diseñador a n equipo de comunicaciones se dejan a un lado las apreciaciones propias por las que mejor le convenga al equipo, también los procesos de creación dejan de ser personales y se ajustan a los tiempos y condiciones que se requieran en cada solicitud, normalmente se cuenta con uno o dos días para realizar las piezas pero en ocasiones estos tiempos se acortan por x o y motivo acelerando los procesos de creativos para poder cumplir de la mejor manera con las responsabilidades delegadas dentro del equipo de trabajo.

Conclusiones

Al ser parte de un equipo profesional de comunicación me pude dar cuenta que el papel de un diseñador va más allá de solo producir piezas y aunque esto haga parte de su labores y responsabilidades diarias el diseñador debe estar pendiente de que lo que haga cumpla con las características necesarias para que su trabajo aporte al trabajo del equipo completo desarrollando la identidad de marca no solo de forma adecuada, sino que también de forma precisa. El enfrentarse a un mundo profesional totalmente real brinda las posibilidades de mejorar aquellas falencias o incluso adquirir nuevas herramientas como profesional desarrollando un poco más de bagaje a la hora de conceptualizar y desarrollar dichas piezas gráficas.

También se aprende a trabajar en equipo de manera profesional logrando así superar retos personales y a nivel profesional, la interacción con otras áreas de la comunicación como también saber superar situaciones que puedan presentar día a día como el aceleramiento de fechas, correcciones de piezas entre otras que hacen parte del aprendizaje constante del profesional.

También se puede ver la importancia de las prácticas para el proceso de aprendizaje ya que a partir de esta etapa el estudiante puede afianzar y mejorar sus destrezas, herramientas y conocimientos académicos y profesionales desempeñando de manera óptima su disciplina, a través de las practicas se puede tener una visión más amplia a nivel profesional logrando así que el estudiante adquiera herramientas que lo ayuden hacer más competitivo en un mudo laboral.

Recomendaciones

Dentro de las practicas expuestas por medio de este trabajo es preciso mencionar algunas recomendaciones con las cuales se podrá mejorar este proceso dentro del ámbito académico y profesional del estudiante en esta última etapa de su formación de pregrado.

El primer punto por mejorar es el de las opciones de práctica, ya que teniendo más opciones abiertas el estudiante podrá tener los recursos necesarios para enfocarse en el campo laboral que el estudiante se quiere desempeñar como profesional

El segundo punto es el de tener más claridad en los procesos como solicitudes de prácticas por parte del estudiante para así lograr que como primera parte la universidad tenga más convenios y por segunda parte dejando que los estudiantes logren enfocarse más en cualquiera de las ramas del diseño que ellos prefieran.

Listas de Referencias

- Casanoves Javier (2017) *Fundamentos del branding* Recuperado de:
[https://books.google.com.co/books?id=cq8-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Casanoves+Javier+\(2017\)+Fundamentos+del+branding&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjg-8bP48jqAhUSUt8KHe4FARYQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=Casanoves%20Javier%20\(2017\)%20Fundamentos%20del%20branding&f=false](https://books.google.com.co/books?id=cq8-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Casanoves+Javier+(2017)+Fundamentos+del+branding&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjg-8bP48jqAhUSUt8KHe4FARYQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=Casanoves%20Javier%20(2017)%20Fundamentos%20del%20branding&f=false)
- Castro Adela (2015) *Manual de prácticas de comunicación organizacional* Recuperado de:
<https://books.google.com.co/books?id=1PRDDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicacion+organizacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiv-5Pr0L3pAhXjYN8KHbiMBt0Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false>
- Doppler (2018) *Branding construir marcas inolvidables* Recuperado de:
<https://www.fromdoppler.com/resources/ebooks/ebook-branding.pdf>
- Escobar Silvia (2007) *Manual de prácticas Profesionales* Recuperado de:
<https://books.google.com.co/books?id=Ny8wNIHdTfMC&pg=PA9&dq=las+practic+as+profesionales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiaoNWP9rjpAhXlc98KHAMIBREQ6AEIKjAA#v=onepage&q=las%20practic+as%20profesionales&f=false>
- Martín Eduardo (2009) *El sistema de formación profesional para el empleo* Recuperado de:
[https://books.google.com.co/books?id=O9VjUaLqdOcC&printsec=frontcover&dq=Ma+rt%C3%ADn+Eduardo+\(2009\)+El+sistema+de+formaci%C3%B3n+profesional+para+el+empleo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi61ZTn48jqAhWtVN8KHSS4C-AQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=Ma+rt%C3%ADn%20Eduardo%20\(2009\)%20El%20sistema%20de%20formaci%C3%B3n%20profesional%20para%20el%20empl+eo&f=false](https://books.google.com.co/books?id=O9VjUaLqdOcC&printsec=frontcover&dq=Ma+rt%C3%ADn+Eduardo+(2009)+El+sistema+de+formaci%C3%B3n+profesional+para+el+empleo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi61ZTn48jqAhWtVN8KHSS4C-AQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=Ma+rt%C3%ADn%20Eduardo%20(2009)%20El%20sistema%20de%20formaci%C3%B3n%20profesional%20para%20el%20empl+eo&f=false)
- Melo, Ramirez & Hernández (2017) *La educación superior en Colombia: Situación actual y análisis de eficiencia* Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/dys/n78/n78a03.pdf>
- Martin, Olarte, Reinares & Samino (2019) *Gestión de la comunicación* Recuperado de:
<https://books.google.com.co/books?id=pEGuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=g+estion+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMjM79jLnPAhXEST8KHawODBsQ6AEIKjAA#v=onepage&q=gestion%20de%20la%20comunicacion&f=false>