

Comunicación Organizacional

Objeto

La carrera profesional en **Comunicación Organizacional de Colegiatura** estudia la comunicación y la organización para conceptualizar, crear y facilitar estrategias sistémicas para el desarrollo organizacional, desde el potencial de Ser Humano.

Competencias

La carrera profesional en Comunicación Organizacional de Colegiatura tiene como competencias a desarrollar:

- Planifica, gestiona y evalúa sistemas, procesos y estrategias de comunicación y desarrollo organizacional en contextos particulares, desde una visión gerencial.
- Dinamiza procesos de comunicación y desarrollo organizacional para crear y fortalecer relaciones internas y externas, afectivas y efectivas, potenciando la cultura de la organización y proyectándola a nivel glocal.
- Moviliza la gestión del cambio y la transformación organizacional, desde intervenciones sistémicas a partir de los elementos que componen la organización.
- Gestiona alianzas estratégicas a nivel inter-organizacional, local, nacional e internacional (visión glocal).
- Despliega intervenciones creativas desde la comunicación, a partir del desarrollo del pensamiento creativo, al volverlo una capacidad creativa consciente, que lo lleva a proponer intervenciones novedosas y de alto valor e impacto.

Perfil Profesional Comunicación Organizacional.

El profesional en Comunicación Organizacional es un gestor del cambio, facilitador y negociador de procesos de desarrollo humano y organizacional, estratega y visionario desde lo gerencial, gestiona alianzas estratégicas a nivel interinstitucional, local, nacional e internacional (visión glocal), así como movilizador de procesos de relacionamiento desde una intervención creativa de la comunicación.

Se espera que el graduado del programa tenga la capacidad de realizar lecturas de contextos de forma crítica, creativa y argumentativa, que le permitan establecer recontextualizaciones, es decir, situar en un nuevo contexto cada proyecto, al desarrollar propuestas para nuevas relaciones que vinculen los públicos internos y externos con la organización desde intervenciones sistémicas y estrategias comunicacionales impactantes, coherentes y pertinentes. Así mismo, el graduado de Colegiatura Colombiana desarrolla el pensamiento creativo, al volverlo una capacidad creativa-consciente, que lo lleva a proponer intervenciones novedosas y de alto valor e impacto, y que le permite consolidar habilidades para la construcción de estrategias, así como conducir, coordinar, administrar y evaluar proyectos de comunicación y desarrollo, tanto al interior como al exterior de las organizaciones.

Comunicación Publicitaria

Objeto

El objeto de estudio de la **carrera profesional Comunicación Publicitaria en Colegiatura**, se concibe como la re-significación de interacciones que se centra en el estudio de la comunicación persuasiva, creativa, estratégica y visionaria de la publicidad.

Estas dimensiones se producen y se transmiten en medios tradicionales y emergentes de comunicación, para crear valor a las marcas, a las acciones y a las ideas, generando así conexiones con el público.

Competencias

La carrera profesional Comunicación Publicitaria en Colegiatura tiene como competencias a desarrollar:

- Capacidad de autonomía que permite la autorrealización como Ser Humano Íntegro.
- Capacidad creativa en todos los niveles, sustentada en la curiosidad, la investigación, el conocimiento del individuo, la comprensión del entorno y el respeto por la diversidad.
- Capacidad de re-significar y re-crear interacciones comunicacionales persuasivas, de acuerdo con la evolución y los cambios en las manifestaciones económicas, sociales y culturales.
- Capacidad de generar interacciones sensibles, relacionales y racionales entre los actores y las marcas, resultado de la investigación aplicada como eje fundamental.
- Capacidad de crear, desarrollar, argumentar, ejecutar, supervisar y evaluar procesos creativos y estrategias de comunicación publicitaria en contextos locales, nacionales e internacionales.
- Capacidad de conceptualizar, formular, orientar y coordinar procesos y experiencias de comunicación publicitaria, con miras a la transformación de dinámicas establecidas en los diferentes grupos socioculturales en donde están inmersas las marcas, los productos, servicios e ideas con los cuales trabaja el comunicador publicitario.
- Capacidad para desarrollar procesos creativos que comuniquen, con originalidad y ética, los beneficios de las marcas, productos e ideas.
- Capacidad de crear, visualizar y materializar las piezas comunicacionales que responden a planes de mercadeo y estrategias de comunicación, que hacen que las marcas permanezcan en el contexto de consumo.
- Capacidad de asesorar y gestionar en los diferentes ámbitos de la Comunicación Publicitaria.
- Capacidad para supervisar procesos de comunicación publicitaria y establecer relaciones directas con los clientes.
- Capacidad de participar en procesos de investigación relacionados directamente con el objeto del Programa.
- Capacidad para emprender y gestionar negocios en marcos de competitividad locales e internacionales.

Perfil Profesional Comunicación Publicitaria.

- Director de comunicación publicitaria.
- Asesor de proyectos de comunicación publicitaria.
- Estratega de comunicación publicitaria.
- Ejecutivo de comunicación publicitaria.
- Creativo de comunicación publicitaria.
- Desarrollador de contenidos de comunicación publicitaria.
- Productor de comunicación publicitaria.
- Gestor de medios de comunicación publicitaria.
- Gestor de empresas de comunicación publicitaria.

Diseño Grafico

Objeto

La **carrera profesional en Diseño Gráfico de Colegiatura** te conecta con el mundo de la imagen como articuladora de la comunicación universal para proyectar lenguajes creativos y expresivos promoviendo otras posibilidades de diálogos.

Competencias

La carrera profesional en Diseño Gráfico de Colegiatura tiene como competencias a desarrollar:

- Reconocimiento del otro a través de lo ético y lo intelectual, logrando el respeto por la diferencia y los derechos humanos.
- Argumentar, estructurar, comparar y socializar proyectos desde una postura racional – sensible, determinada por las diferentes metodologías, teorías y prácticas aprendidas durante el transcurso del programa.
- Investigar comportamientos de los consumidores y acontecimientos socio-culturales que tienen incidencia en las industrias creativas
- Aplicar la investigación cualitativa a partir de técnicas etnográficas para la interpretación de consumidores, su relación con los proyectos personales y las necesidades socio-culturales.
- Liderar proyectos, procesos y equipos de trabajo asociados con el diseño, la producción, el posicionamiento, el mercadeo y la gestión de marcas, líneas o productos.
- Expresar de manera sensible una idea, problemática o concepto desde un lenguaje propio y diferenciado.
- Expandir las competencias básicas en pensamiento creativo y creatividad para el diseño.
- Aplicar los fundamentos teóricos – prácticos del Diseño de manera integral, creativa y autónoma.

Perfil Profesional Diseño Gráfico.

- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de usar las plataformas y protocolos digitales.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de relacionar bases teórico – investigativas que le permite reconocer vanguardias editoriales, e identificar materiales emergentes para el diseño bidimensional.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de reconocer los procesos de diseño gráfico como experiencia tridimensional y es capaz de desarrollar propuestas gráficas, concibiendo la forma tridimensional desde lo gráfico.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de reconocer bases teórico – investigativas que le permite reconocer, e identificar sustratos emergentes y soportes materiales para el diseño gráfico tridimensional.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de desarrollar propuestas gráficas que evolucionan la noción de movimiento como software de animación, permitiendo aplicar el diseño gráfico como intención e interacción narrativa.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de diseñar y aplicar propuestas gráficas de manera transversal expansiva, en proyectos complejos, de los fundamentos del *diseño gráfico Bidimensional, Tridimensional y Movimiento*.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad teórico – investigativa de identificar tendencias comerciales y productivas como insumos de reflexión para aplicarlos en proyectos reales y locales.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de desarrollar sistemas gráficos reconociendo tendencias comerciales y productivas.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de hacer producción de audiovisuales desde el concepto y la gestión.
- El profesional de Diseño Gráfico está en capacidad de hacer expansión del mercadeo visual hacia todos los sentidos.

Diseño de Modas

Objeto

La **carrera profesional de Diseño de Modas en Colegiatura**, permite intervenir desde el diseño y la moda, la sociedad, las industrias culturales y creativas a partir de la proyección de nuestra visión ética y estética articulando los valores de lo femenino, lo masculino y lo íntimo para establecer la relación con el mundo que nos rodea y reconocernos desde Ser Humano – Ser Origen.

Competencias

La carrera profesional de Diseño de Modas en Colegiatura tiene como competencias a desarrollar:

- Capacidad para expresar de manera sensible una idea, problemática o concepto desde un lenguaje propio y diferenciado, siendo su campo de intervención el Sistema Moda.
- Capacidad para articular la ética con la estética, buscando continuamente comunicar y expresar su estilo propio, su sensibilidad y lenguaje creativo, su postura crítica frente al contexto de la moda y de la sociedad contemporánea.
- Capacidad de autonomía que permite la autorrealización como ser humano íntegro.
- Capacidad para argumentar, comparar y socializar proyectos desde una postura racional y sensible y concebida desde las metodologías, teorías y prácticas aprendidas.
- Capacidad para investigar comportamientos de los consumidores y acontecimientos socio-culturales que tienen incidencia en la moda.
- Capacidad de proyectar diseños que sean de intereses y necesidades de los consumidores y las realidades de la producción.
- Capacidad de reconocimiento de la interculturalidad como referente ético e intelectual, logrando el respeto por la diferencia y por los derechos humanos.
- Capacidad para aplicar la investigación cualitativa a partir de técnicas etnográficas para la investigación de consumidor y su relación con los proyectos personales y las necesidades socio-culturales.
- Capacidad para liderar procesos, equipos y proyectos de trabajo asociados con el diseño, la producción, el posicionamiento, el mercadeo y la gestión de proyectos, marcas, líneas o productos.
- Capacidad de conceptualizar y construir ideas o planteamientos acerca de fenómenos ligados a la cultura de la moda.
- Capacidad para emprender y gestionar negocios en marcos de competitividad locales e internacionales.

Perfil Profesional Diseño de Modas.

Diseño de productos de moda

- Diseñador independiente
- Diseñador comercial
- Asistente de diseño

Investigación de modas

- Investigador de modas
- Coolhunter
- Analista de tendencias de moda

Dirección creativa

- Director de marca
- Director de línea

Gestión de marcas de moda

- Jefe de producto
- Jefe de diseño
- Consultor de modas
- Asesor de empresas y proyectos del área textil, confección y moda
- Emprendedor

Comunicación y producción visual de moda

- Estilismo de moda
- Fotografía de moda
- Editoriales de moda
- Ilustrador de modas.

Diseño de Espacios\Escenario

Objeto

La **carrera profesional en Diseño de Espacios\Escenario de Colegiatura** busca transformar el diseño de los entornos comerciales y culturales en vivencias que permitan demostrar que los espacios viven y comunican.

Competencias

La carrera profesional en Diseño de Espacios\Escenario de Colegiatura tiene como competencias a desarrollar:

- Indagar, re-significar y moldear el espacio-objeto, profundizando en la dinámica de los comportamientos socioculturales y las interacciones que ocurren entre el ser humano, el espacio y el objeto, con el fin de generar nuevas experiencias.
- Crear y comunicar, con visión prospectiva, contenidos y construcciones de sentido que expresan lenguajes, valores y significados en los espacios, buscando generar ventajas competitivas, sintetizando y formalizando proyectos en el espacio construido.
- Aplicar conocimientos de gestión, economía y mercadeo en la ejecución de proyectos dominando las variables del espacio\escenario de manera estratégica, ágil y sostenible.
- Desarrollar un pensamiento visual y comunicar de manera no verbal los elementos fundamentales que conforman la forma espacio mediante habilidades expresivas en dos y tres dimensiones, con diferentes técnicas y medios de expresión.
- Dominar, determinar y gestionar estratégicamente, según sea el caso, sistemas productivos, comunicativos económicos, técnicos, y tecnológicos, para el desarrollo de proyectos de diseño (productos o servicios) hasta alcanzar un nivel de especificación y transferir el proyecto a la cadena de valor correspondiente de forma responsable y sostenible.
- Reconocer contextos de competitividad locales e internacionales, abordando con postura crítica su ejercicio profesional
- Potencializar la interculturalidad vista como referente ético, estético e intelectual, lo cual le permite diseñar, comunicar y expresar, desde el respeto por la diferencia, proyectos innovadores con lenguaje propio y responsable.

Perfil Profesional Diseño de Espacios\Escenario.

- **En el espacio comercial:** Como generador de experiencias de marca en puntos de venta, creador de nuevas tipologías comerciales y espacios relacionados con el consumo de bienes y servicios.
- **En el espacio cultural:** Con énfasis en la cohesión existente entre narrativa y proyecto, en exposiciones museográficas, puestas en escena en teatro, televisión y cine, eventos culturales y espectáculos.
- **En el espacio para la hospitalidad:** Desde lo público y lo privado, mediante el estudio de nuevos consumos, para la generación de calidad en las dinámicas del turismo.
- **En el espacio público y paisajístico:** Como propiciador de interacciones entre los individuos y de estéticas emergentes.
- **En la docencia e investigación:** De las diferentes áreas del saber que ofrece el Diseño Espacios\Escenario.

Gastronomía y Cocina Profesional

Objeto

La carrera profesional **Gastronomía y Cocina de Colegiatura con mayor proyección mundial**, que nos permite explorar el universo culinario desde la identidad, la ciencia y la gestión, para **transformar la alimentación, la nutrición y la economía**, desde **Ser Humano – Ser Origen**.

Competencias

La carrera profesional en Gastronomía y Cocina de Colegiatura tiene como competencia a desarrollar:

- Promover la cultura, la historia, la estética y las tradiciones gastronómicas de la cocina colombiana y las cocinas más importantes del mundo, a través del diseño de propuestas en las que están presentes las recetas de tradición con su reproducción a la usanza culinaria ancestral y las creaciones fruto de la nueva cocina, de la innovación y de la reinterpretación de platos tradicionales.
- Desarrollar innovaciones y propone soluciones problemas a partir de métodos establecidos.
- Sustentar una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.
- Mantener una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.
- Contribuir al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.
- Preparar y presentar los platos más significativos de la cocina regional, nacional e internacional, de acuerdo con la definición del producto, las técnicas básicas de preparación y un elevado estándar de calidad, contribuyendo con ello al rescate, valoración, re-significación y proyección de la comida y cocina colombianas, así como su conexión con otras cocinas del mundo.
- Analizar, diferenciar y aplicar las materias primas alimentarias de uso común en la cocina, describiendo variedades y cualidades e identificando los factores culinarios, nutricionales, sensoriales y organolépticos que deben conjugarse en el proceso de elaboración y conservación de los distintos géneros y preparaciones culinarias.
- Diseñar, elaborar y presentar preparaciones culinarias básicas frías y calientes, en las que se utilizan carnes blancas y rojas, vegetales y frutas, lácteos y huevos, y cereales, realizando la preparación del menaje y equipos necesarios, aplicando el tipo de corte y los métodos de cocción, según el tipo de materia prima, y cumpliendo las normas higiénico-sanitarias, de seguridad y prevención de riesgos, de protección medioambiental y los requisitos de calidad, actuando de forma responsable e integrada en todas las actividades.

Perfil Profesional Gastronomía y Cocina Profesional.

- Cocinero profesional corporativo y/o creativo en servicios de la hospitalidad.
- Administrador, director o supervisor de empresas, centros de servicios, dependencias, actividades y líneas de producción del ámbito de la cocina y la gastronomía.
- Desarrollador de productos alimenticios o planner de líneas de productos.
- Productor de eventos gastronómicos.
- Crítico experto en el tema.
- Director de proyectos y procesos en industrias del sector de los alimentos.
- Generador de empresa en el sector gastronómico.
- Docente de las diferentes áreas del saber que ofrece la gastronomía.
- Investigador de la historia y la cultura de la cocina y la comida colombianas y de las gastronomías del mundo.