**PROGRAMA DE PUBLICIDAD**

El presente documento describe los entregables en cada informe de práctica, el primer y segundo informe contiene los mismos ítems para noveno y décimo semestre, el último tiene variaciones, por lo tanto, de acuerdo a su semestre de práctica se debe realizar la búsqueda de los entregables respectivos.

* **Informe 1:**

1. Portada: Incluir el título de la propuesta
2. Generalidades del Centro de Práctica (descripción del negocio, presentación de la empresa y /o agencia)
3. Descripción del perfil que desempeña el estudiante
4. Descripción del objetivo del estudiante en el proceso de práctica.
5. Descripción del ambiente laboral, y su espacio de trabajo desde lo físico y lo tecnológico.
6. Descripción de las fortalezas adquiridas por el practicante en el centro de práctica hasta el momento.
7. Listado de recomendaciones y aspectos por mejorar desde lo personal, desde el centro de práctica y la universidad.
8. Presentar el informe debidamente firmado por el estudiante y el jefe inmediato.

* **Informe 2:**

1. Descripción de las actividades y funciones que ha realizado y participado dentro de la agencia/ empresa.
2. Descripción de las Fortalezas adquiridas en el centro de práctica hasta el momento.
3. Descripción de las competencias que ha desarrollado desde el ser, el saber y el hacer de acuerdo al plan de estudios del programa y mencionar las asignaturas que ha implementado con mayor frecuencia en su proceso de práctica.
4. Descripción de los programas que implementa para el desarrollo de su trabajo.
5. Listado de recomendaciones y aspectos por mejorar desde lo personal, desde el centro de práctica y la universidad.
6. Presentar el informe debidamente firmado por el estudiante y el jefe inmediato.

### Informe Final y Socialización para noveno semestre:

1. Informe consolidado de toda la experiencia en el centro de práctica:

* Presentación de la empresa y/o agencia
* Vivencias y aprendizajes
* Anexos de las evidencias de los trabajos realizados
* Descripción de las sugerencias y/o recomendaciones para la academia y gestión empresarial frente a las prácticas.
* Recomendaciones para los estudiantes que están próximos a salir a los procesos de Práctica
* El Informe debe ser firmado por el estudiante y jefe inmediato en el centro de práctica.

1. Socialización y presentación presencial de la práctica a través de power ponit, un video, etc.
2. En el último informe anexar los siguientes documentos:

**Por parte del centro de práctica:**

- Formato de evaluación del centro de práctica al estudiante.

- Formato de medición de impacto que diligencia el centro de práctica

**Por parte del estudiante:**

-Formato de autoevaluación, evaluación y heteroevaluación.

-Informes digitales

- Archivo de socialización de práctica

### Informe Final y Socialización para décimo semestre:

1. Informe consolidado de toda la experiencia en el centro de práctica:

* Presentación de la empresa y/o agencia
* Vivencias y aprendizajes
* Anexos de las evidencias de los trabajos realizados
* Descripción de las sugerencias y/o recomendaciones para la academia y gestión empresarial frente a las prácticas.
* Recomendaciones para los estudiantes que están próximos a salir a los procesos de Práctica
* El Informe debe ser firmado por el estudiante y jefe inmediato en el centro de práctica.

1. Socialización y presentación presencial de la práctica a través de un video, en la parte final de este documento se describe lo requerido en el video.
2. En el último informe anexar los siguientes documentos:

**Por parte del centro de práctica:**

- Formato de evaluación del centro de práctica al estudiante.

- Formato de medición de impacto que diligencia el centro de práctica

**Por parte del estudiante:**

- Formato de autoevaluación, evaluación y heteroevaluación.

- Informes digitales

- Video. Se realiza de manera detallada de acuerdo con lo descrito en el perfil:

* Reel o presentación de la empresa
* De manera creativa contar la experiencia desde que salió de la Universidad
* Presentar el área en el que se desempeña (si considera pertinente entrevista corta, a su jefe inmediato).
* Muestra de trabajos realizados.

**El video tendrá una duración mínimo de 5 minutos y máximo de 10 minutos acorde al perfil por las competencias desarrolladas por el estudiante, tener en cuenta las siguientes pautas:**

**PERFIL - Creativos Gráfico y Copy**:

* Una toma del lugar de trabajo ( espacio físico )
* Desarrollo conceptual y gráfico, de una campaña publicitaria, pieza publicitaria desarrollada durante el proceso.
* Muestra de los trabajos realizados

NOTA: Debe presentar en vídeo en cd y quedará como archivo para el Programa de Publicidad.

**PERFIL - Planner Estratégico**

* Una toma del lugar de trabajo ( espacio físico )
* Desde una marca trabajada
* Funciones que desempeña un publicista en el área de Investigación.
* Planeación y desarrollo estratégico.
* Importancia y transversalización de la investigación de marca publicitaria, investigación publicitaria, interpretación y evaluación de resultados.

## Muestra de trabajos realizados

NOTA: Debe presentar en vídeo formato cd y quedará como archivo para el Programa de Publicidad.

**PERFIL - Ejecutivo**

* Una toma del lugar de trabajo ( espacio físico )

Desde una marca trabajada en el proceso de práctica

* Funciones que desempeña el publicista en el área ejecutiva
* Proceso de elaboración y ejecución de todo trabajo publicitario: Brief, Investigación, Planificación, Tráfico, Manejo de Duplas, etc.
* Planeación estratégica
* Presentación de campañas
* Ejecución y control de presupuestos
* Evaluación de resultados
* Atención al cliente
* Muestra de trabajos realizados

NOTA: Debe presentar en vídeo formato cd y quedará como archivo para el Programa de Publicidad.

**PERFIL - Medios**

* Una toma del lugar de trabajo ( espacio físico )

Desde una marca trabajada en el proceso de práctica

* Funciones que desempeña el Publicista en el área de medios.
* Planeación estratégica y táctica de medios.
* Definición, programación, ejecución, evaluación y control de presupuestos.
* Evaluación de resultados, penetración y efectividad
* Uso y aplicación de optimizadores – Software
* Relaciones y negociaciones con los diferentes medios publicitarios y de comunicación
* Análisis y evaluación de la competencia
* Muestra de trabajos realizados

NOTA: Debe presentar en vídeo formato cd y quedará como archivo para el Programa de Publicidad.

**PERFIL - Mercadeo**

* Una toma del lugar de trabajo ( espacio físico )
* Funciones que desempeña un publicista en el área de mercadeo.
* Proceso y desarrollo del marketing estratégico y la planeación estratégica de acuerdo al requerimiento del producto, servicio, etc.
* Importancia y transversalización de la investigación de marca, publicitaria, investigación publicitaria, interpretación y evaluación de resultados.
* Muestra de trabajos realizados

NOTA: Debe presentar en vídeo formato cd y quedará como archivo para el Programa de Publicidad.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Deyra Liliana Basante B. | Dirección de Aseguramiento de Calidad | Consejo de Rectoría | Agosto de 2017 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **ITEM** | **MODIFICACIÓN** |
|  |  |