

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
	DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(50)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	ANDREA MAIRENA FLOREZ GUERRERO
FACULTAD	FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	YENY PAOLA PALACIO
TÍTULO DE LA TESIS	REALIZACIÓN DE 10 VIDEOS INSTITUCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL DESARROLLO DE LAS PASANTÍAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL REALIZADO EN LA UNIDAD DE TELEVISIÓN DURANTE CUATRO MESES DESDE EL 17 DE FEBRERO HASTA EL 20 DE JUNIO DE 2014, SE REALIZARON ACTIVIDADES DE PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE DIFERENTES VIDEOS INSTITUCIONALES Y PROMOCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA Y CADA UNA DE SUS DEPENDENCIAS. SE REALIZARON VIDEOS PARA CAMPAÑAS INSTITUCIONALES COMO LA CAMPAÑA ¿QUÉ ES LA AUTOEVALUACIÓN? PARA LA OFICINA DE CALIDAD Y LOS VIDEOS PROMOCIONALES PARA LAS INSCRIPCIONES DEL SEGUNDO SEMESTRE 2014

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 50	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 2	CD-ROM: 2
--------------------	----------------	-------------------------	------------------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**REALIZACIÓN DE 10 VIDEOS INSTITUCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

ANDREA MAIRENA FLOREZ GUERRERO

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**REALIZACIÓN DE 10 VIDEOS INSTITUCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

ANDREA MAIRENA FLOREZ GUERRERO

Trabajo bajo la modalidad de pasantías para optar al título de Comunicador Social

**Director
YENY PAOLA PALACIO
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCION</u>	13
<u>1. REALIZACIÓN DE 10 VIDEOS INSTITUCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</u>	14
<u>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	14
1.1.1 Misión	15
1.1.2 Visión	15
1.1.3 Objetivos de la empresa	15
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	16
1.1.5 Oficina de Multimedia	18
<u>1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	19
1.2.1 Planteamiento del problema	20
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	20
1.3.1 Objetivo General	20
1.3.2 Objetivos Específicos	20
<u>1.4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR</u>	21
<u>1.5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u>	22
<u>2. ENFOQUE REFERENCIAL</u>	23
2.1. <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	23
2.2. <u>ENFOQUE LEGAL</u>	25
<u>3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO</u>	27
3.1. <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	27
<u>4. DIAGNÓSTICO FINAL</u>	30
<u>5. CONCLUSIONES</u>	33
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	35
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	36
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	37
<u>ANEXOS</u>	38

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Videos institucionales realizados durante 4 meses de pasantía desde el 17 de febrero hasta el 17 de junio del 2014	30
--	----

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Estructura Organizacional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	17
Figura 2. Gráfica donde se evidencian la cantidad de videos institucionales realizados por la unidad de televisión desde su solicitud hasta su emisión	32

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz dofa para la unidad de televisión donde se expresan las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la Unidad de Televisión	19
Cuadro 2. Descripción de los objetivos y sus respectivas actividades que se desarrollaron durante los 4 meses de duración de pasantía	21
Cuadro 3. Descripción del cronograma de actividades por semanas y meses de duración de la pasantía	22

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Guión Técnico para la Promo ¿Qué es autoevaluación?	39
Anexo 2. Rodaje del primer programa Innovemos del Centro de Desarrollo e Innovación Tecnológica (CEDIT)	41
Anexo 3. CD, que contiene los videos evidenciando los resultados de las pasantías cumpliendo con el Objetivo General de realizar 10 videos institucionales para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	42
Anexo 4. Socialización de la campaña ¿Qué es la autoevaluación?	43
Anexo 5. Grabación video promocional para el décimo encuentro de semilleros	44
Anexo 6. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de ingeniería de sistemas	45
Anexo 7. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de ingeniería mecánica	46
Anexo 8. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de zootecnia	47
Anexo 9. Videos institucionales realizados durante 4 meses de pasantía desde el 17 de febrero hasta el 17 del junio de 2014	48
Anexo 10. Gráfica donde se evidencian la cantidad de videos institucionales realizados por la unidad de televisión desde su solicitud hasta su emisión	50

RESUMEN

El desarrollo de las pasantías de Comunicación Social realizado en la Unidad de Televisión durante cuatro meses desde el 17 de febrero hasta el 20 de junio de 2014, se realizaron actividades de preproducción, producción y postproducción de diferentes videos institucionales y promocionales para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y cada una de sus dependencias. Se realizaron videos para campañas institucionales como la campaña ¿Qué es la Autoevaluación? Para la oficina de Calidad y los videos promocionales para las inscripciones del segundo semestre 2014.

Durante la práctica profesional se aplicaron y afianzaron conocimientos obtenidos durante la carrera en el área de televisión, como la redacción de guiones literarios, elaboración de guiones técnicos, se realizó investigación previa a la redacción de cada guión literario utilizando técnicas para la recolección de información como entrevistas y sondeos. Una vez aprobado el guion técnico y el guión literario por el coordinador de la unidad de televisión, el jefe de prensa y en ocasiones por parte del subdirector académico de la Universidad, se procede a grabar las imágenes necesarias para cada video con la colaboración los camarógrafos, teniendo como preferencia la utilización de la cámara Nikon HD para la obtención de imágenes de mejor calidad, estableciendo una diferencia entre las imágenes para videos promocionales e instituciones y las imágenes para otros programas que realiza la Utv con otras cámaras.

Se destacó el uso del programa de edición Final Cut Pro para el montaje de los videos. Posteriormente se emitían en cada programa que realiza semanalmente la unidad de televisión, como el informativo Así va la U, Conexiones, Eventos U, en contexto entre otros.

La finalización de las pasantías concluyó en recomendaciones para la unidad de televisión de manera que se logren mejorar la forma de atención a las solicitudes para la realización de videos que recibe la unidad de televisión para otorgar una atención de calidad a los administrativos y público en general.

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe tiene como propósito presentar el resultado final de la pasantía realizada durante 4 meses para optar el título de comunicadora social, realizada en la Unidad de Televisión dependencia de la Oficina de Multimedia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Durante el tiempo de pasantía se buscó y se logró cumplir con los objetivos propuestos de manera profesional logrando excelentes resultados para la Unidad de Televisión.

El siguiente documento presentará de manera completa la situación antes durante y después del cumplimiento de la pasantía mediante un diagnóstico de la situación antes de iniciado el proceso y los resultados después de haber cumplido con el objetivo general y sus respectivos objetivos específicos.

En el momento en que se inició la pasantía los videos institucionales realizados por la Unidad de Televisión eran escasos y para cambiar este aspecto se planteó la realización de 10 videos institucionales para Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, logrando realizar más de 10 videos que han mejorado las comunicaciones internas y externas de la institución y que ha contribuido a alimentar los espacios de televisión.

Este proceso mejoró las condiciones de las realizaciones de los videos generando un cambio positivo desde el momento en que se recibe una solicitud hasta la hora de publicar y emitir un video, proyectando una buena imagen de la unidad de televisión al interior y al exterior de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

1. REALIZACIÓN DE VIDEOS INSTITUCIONALES PARA LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

¹En noviembre de 1973 se suscribió un contrato para la realización de un estudio de factibilidad denominado "un centro de educación superior para Ocaña" que fue terminado y sugirió la creación pronta de un programa de educación a nivel de tecnología en énfasis en ciencias sociales, matemáticas y física. En diciembre de ese mismo año, el rector de la Universidad Francisco de Paula Santander, José Luís Acero Jordán, le envió copia de dicho estudio al Icfes, Instituto que conceptúo que el proyecto para abrir el centro de estudios en Ocaña, era recomendable.

Según Acuerdo No. 03 del 18 de Julio de 1974, por parte del Consejo Superior de la Universidad Francisco de Paula Santander Cúcuta, se crea la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, como máxima expresión cultural y patrimonio de la región; como una entidad de carácter oficial seccional, con AUTONOMIA administrativa y patrimonio independiente, adscrito al Ministerio de Educación Nacional.

Su primer coordinador el doctor Aurelio Carvajalino Cabrales, buscó un lugar adecuado para funcionar la sede, en los claustros Franciscanos al costado del templo de la Gran Convención y con las directivas del colegio José Eusebio Caro, se acordó el uso compartido del laboratorio de física.

En 1975 comenzó la actividad académica en la entonces seccional de la Universidad Francisco de Paula Santander con un total de 105 estudiantes de Tecnología en Matemáticas y Física, y su primera promoción de licenciados en Matemáticas y Física se logró el 15 de diciembre de 1980.

La consecución de 27 hectáreas de la Hacienda El Rhin, en las riberas del Río Algodonal, en comodato a la Universidad por 50 años, que la antigua Escuela de Agricultura de Ocaña cedió a la Universidad, permitió la creación del programa de Tecnología en Producción Agropecuaria, aprobado por el Consejo Superior mediante el Acuerdo No. 024 del 21 de agosto de 1980, y luego el ICFES otorgó la licencia de funcionamiento el 17 de febrero del año siguiente. Luego se crean las Facultades.

La Facultad de Ciencias Agrarias y del Ambiente, fue creada según Acuerdo 084 del 11 de septiembre de 1995 conformada por los departamentos de Ciencias Agrícolas y del Ambiente y el departamento Ciencias Pecuarias junto a los programas académicos de Tecnología Agropecuaria (Acuerdo N° 024 del 21 de agosto de 1980), Zootecnia (Acuerdo N°057 y 058 del 27 de junio de 2007), e Ingeniería Ambiental (Acuerdo 089 del 9 de octubre 1995 con resolución **10542 de 8-ago-2013** del MEN).

¹ Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Reseña Histórica
<http://www.ufpso.edu.co/ufpso/general.html#historia>

La **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, fue creada según Acuerdo No. 008 del 05 de marzo de 2003; está conformada por el departamento de Ciencias Administrativas y Departamento de Ciencias Contables y Financieras. Están adscritos los programas académicos de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera (Acuerdo No, 024 del 29 de Junio de 1988 con la resolución **9886 de 31-jul-2013** del MEN), Administración de Empresas (Acuerdo No, 024 del 29 de Junio de 1988) y la profesionalización (Acuerdo No. 118 del 16 de Noviembre de 1994 Resolución **1867 de 26-feb-2013**); Contaduría Pública (Acuerdo No. 007 del 05 de Marzo de 2003 y según resolución **13873 del 8-oct-2013** del MEN).

La **Facultad de Ingenierías** fue creada según acuerdo 007 del 20 de febrero de 2006, conformada con los departamentos de Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánica y el departamento de Sistemas e Informática. Con los registros calificados de los programas completos de acuerdo a la Resolución 2909 de julio 21 de 2005 para el programa de Ingeniería Civil (Resolución **6779 de 20-jun-2012**) e Ingeniería Mecánica (Resolución **6233 de 7-jun-2012**), Ingeniería de Sistemas (Resolución **9950 de 31-jul-2013**). La creación del Técnico Profesional en Telecomunicaciones con registro calificado (Resolución 5366 de agosto 25 de 2008) y el Técnico Profesional en Informática con registro calificado (Resolución 4613 de julio 18 de 2008).

La **Facultad de Educación, Artes y Humanidades** de la Univdel

Desarrollo físico y tecnológico

Impacto y proyección social

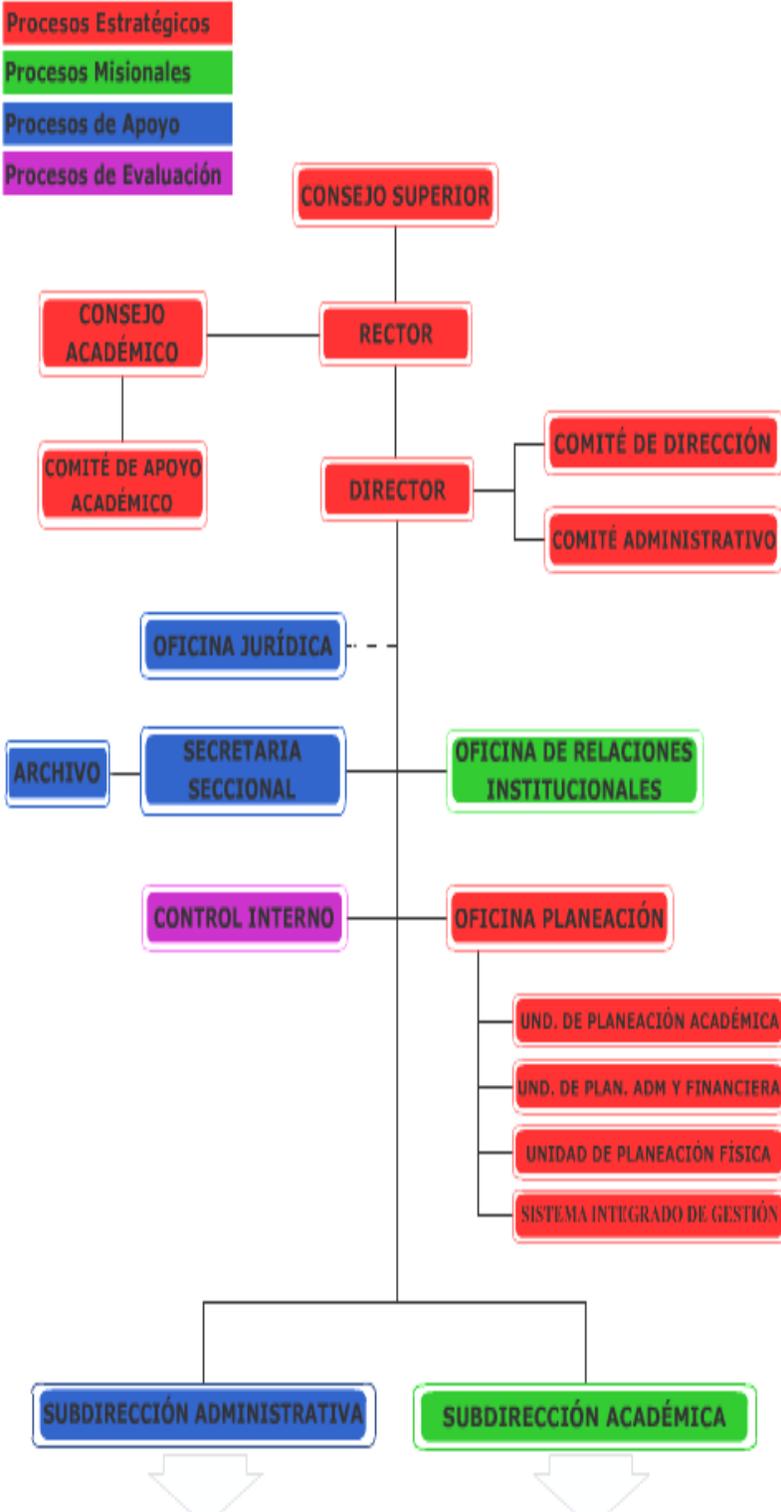
Visibilidad nacional e internacional

Bienestar institucional

Sostenibilidad administrativa y financiera

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. Según Acuerdo No. 084 de septiembre 11 de 1995, el Consejo Superior Universitario, con base en las atribuciones legales y estatutarias que le confieren la ley 30 de 1992 y el Acuerdo No. 029 del 12 de Abril de 1994, aprueba La Estructura Orgánica de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña.

Figura 1. Estructura Organizacional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña



Fuente. <http://www.ufpso.edu.co/>

1.1.5 Oficina de Multimedia. ²La Oficina de Multimedia es una dependencia del Proceso de Gestión de las Comunicaciones de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, cuyo propósito fundamental es la prestación y administración de los procesos comunicacionales a través del manejo de los medios de comunicación existentes y los requeridos para el fortalecimiento de una cultura académica propia.

Actualmente, la Oficina de Multimedia ejerce como actividades principales las siguientes:

Jefatura de Prensa y Comunicaciones.

Producción y Administración Radial de la UFM Estéreo.

Diseño y Desarrollo Web.

Producción de Televisión.

Diseño y Diagramación Gráfica.

División de Multimedia. La Oficina de Multimedia es una dependencia del Proceso de Gestión de las Comunicaciones de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, cuyo propósito fundamental es la prestación y administración de los procesos comunicacionales a través del manejo de los medios de comunicación existentes y los requeridos para el fortalecimiento de una cultura académica propia.

La Oficina de Multimedia está conformada por la Unidad de Prensa y Comunicaciones, la emisora la UFM Estéreo, la Unidad de Diseño y Desarrollo Web, la Unidad de Televisión y la Oficina de Relaciones Institucionales y de Información.

Unidad de prensa y comunicaciones. La Unidad de Prensa de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se encarga de divulgar el acontecer universitario, promoviendo y fomentando una buena imagen institucional en todos los escenarios que así lo requieran, impulsando su desarrollo local regional, nacional y de proyección internacional. Tiene a su cargo el manejo de las comunicaciones tanto internas como externas de la Universidad.

Emisora UFM Estéreo. Es la emisora institucional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Su objetivo es consolidar un sistema radial óptimo que involucre a la academia como motor de desarrollo social, que eduque y forme a los estudiantes y a la comunidad en general.

² Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Oficina de Multimedia
http://www.ufpso.edu.co/centro_multimedia/general.html

Unidad de diseño y desarrollo web. La Unidad de Diseño y Desarrollo Web, se encarga de diseñar, actualizar, programar y dar soporte al portal institucional, de igual forma se encarga de mantener el portal acorde a los criterios de innovación y tecnología necesarios para ser competitivos dentro de un entorno digital.

Unidad de Televisión (UTV). La Unidad de Televisión es la encargada de dirigir y coordinar todo lo relacionado con medios audiovisuales de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Tiene como objetivo la producción de material audiovisual, con relación a los procesos que se adelantan desde la academia, la investigación, la extensión, la formación, los recursos y otros aspectos, que son de vital importancia para la comunidad universitaria y en general.

Oficina de Relaciones Institucionales y de Información. La Oficina de Relaciones Institucionales y de Información de la Universidad Francisco de Paula Santander fue creada con el fin de promover las actividades de cooperación y desarrollo en el campo académico, científico, la investigación y la extensión hacia la comunidad a nivel Regional, Nacional e Internacional. Se encamina en la búsqueda, formalización y cristalización de convenios de cooperación técnica y científica nacional e internacional que se fundamentan en la necesidad de mejorar el estado del conocimiento y la tecnología, con el fin de contextualizar el saber y el quehacer de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASINADA

Cuadro 1. Matriz dofa para la unidad de televisión donde se expresan las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la Unidad de Televisión.

<div style="text-align: center;"> Ambiente Interno </div> <div style="text-align: center;"> Ambiente Externo </div>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Planta física y recursos tecnológicos suficientes Cuenta con personal capacitado y comprometido para el desarrollo de actividades.	Consolidación de la imagen institucional (contenido audiovisual) Escasa existencia de contenidos audiovisuales de carácter institucionales.
OPORTUNIDADES	FO (MAXI-MAXI)	DO (MINI-MAXI)
Fortalecimiento institucional Generar un impacto positivo en la comunidad a nivel local y regional Proyección positiva de la imagen de la Universidad	Coordinar el uso de las herramientas y el personal capacitado disponible durante la ejecución de proyectos audiovisuales dentro de la Unidad de Televisión.	Implementar la utilización de los videos institucionales fortaleciendo la imagen y las comunicaciones internas y externas de la Unidad de Televisión

Continuación Matriz Dofa

Francisco de Paula Santander Ocaña		
AMENAZAS	FA (MAXI-MINI)	DA (MINI – MINI)
Mala imagen y poco reconocimiento de la institución.	Aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas para generar una excelente imagen institucional y de la Unidad de Televisión	Establecer como objetivo primordial de la Unidad de Televisión el fortalecimiento institucional mediante la comunicación audiovisual.

Fuente. Pasante

1.2.1 Planteamiento del problema. La Oficina de Multimedia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña tiene como propósito fundamental la prestación y administración de los procesos comunicacionales a través del manejo de los medios de comunicación existentes. Hasta el momento posee como uno de sus objetivos primordiales consolidar el centro de producción de televisión UTV desde el punto de vista del recurso humano e infraestructura técnica, con miras a producir televisión u otros materiales audiovisuales de calidad.

Pese a las herramientas tecnológicas y el apoyo económico para la realización de videos institucionales que fortalezcan las comunicaciones externas de la UFPSO, es escaso el material realizado en cuanto a producción audiovisual, que promocióne, fortalezca, y mejore la imagen de la institución ante la comunidad en general. Esta situación se ha presentado debido a la falta de personal y el poco reconocimiento del video institucional como una importante herramienta de comunicación de imagen corporativa.

De esta manera se hace necesaria la realización de videos institucionales y videos promocionales que fortalezcan las comunicaciones con la inclusión de personal de apoyo del programa de Comunicación Social y la contratación de profesionales capacitados, se podrán alcanzar las metas planteadas por la institución, ayudando a mejorar la calidad de los programas que realiza esta dependencia de la universidad con proyección nacional e internacional hacia la excelencia institucional.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.3.1 Objetivo General. Realizar productos audiovisuales de carácter institucional para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

1.3.2 Objetivos específicos. Preproducción de videos institucionales para la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Producción de videos institucionales para la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Postproducción de videos institucionales para la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA

Cuadro 2. Descripción de los objetivos y sus respectivas actividades que se desarrollaron durante los 4 meses de duración de pasantía

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos.
Realizar productos audiovisuales de carácter institucional para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.	Preproducción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Consulta de la fuente
		Investigación
		Guión Técnico, literario y plan de grabación
	Producción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Rodaje
		script
	Postproducción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Edición
		Montaje
		Musicalización
		Sonido
		Efectos visuales

Fuente. Pasante

1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 3. Descripción del cronograma de actividades por semanas y meses de duración de la pasantía.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Objetivo 1. Preproducción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Consulta de la fuente Investigación Logística	X								X				X			
	Guión literario Guión técnico Plan de grabación		X			X				X				X			
Objetivo 2. Producción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Rodaje Script			X			X				X				X		
Objetivo 3. Postproducción de videos institucionales para la universidad Francisco De Paula Santander Ocaña	Edición Montaje Musicalización Sonido Efectos visuales				X			X				X					X

Fuente. Pasante

2. ENFOQUE REFERENCIAL

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

Durante los primeros meses de desarrollo de la pasantía en la Oficina de Multimedia y la Unidad de Televisión de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se han manejado diferentes conceptos para la realización de los diferentes productos audiovisuales para la Universidad en general y varias de sus dependencias.

Para este proceso se vienen elaborando videos institucionales y videos promocionales que ayuden a mejorar las comunicaciones internas, a difundir claramente la información y a promocionar los diferentes eventos que realiza la institución.

Video institucional. ³El video institucional es considerado un medio de comunicación que busca la proyección de la imagen de una empresa o institución con o sin ánimo de Lucro. Tiene como objetivo difundir información y mensajes institucionales para el mejoramiento de las comunicaciones al interior y exterior de la empresa.

⁴Se deben tener en cuenta los siguientes factores a la hora de realizar un video institucional:

Prominencia

Importancia

Urgencia

Actualidad

Rareza

Vida

Interés humano

Utilidad

Entretenimiento

Video Promocional. Es tomado como una herramienta de marketing utilizada por empresas, instituciones o corporaciones dirigida a un público objetivo con el fin de que éste haga uso de los productos y servicios ofrecidos por dicha entidad, con o sin ánimo de lucro.

⁵Un video promocional es una herramienta de marketing y ventas diseñada para informar y atraer a los consumidores sobre un producto, un servicio o una organización.

En este proyecto se destaca la diferencia entre un video institucional y un video promocional aunque sus términos sean utilizados igualmente en el ámbito televisivo, ⁶el

³ “El video Institucional” [citado el 4 de abril 2014]

http://www.palermo.edu/dyc/opencd/opencd2010_2/apuntes/El%20video%20institucional069.pdf

⁴ “Teoría y práctica del video institucional “ [citado el 4 de abril de 2014]
<http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/6264/1/126893.pdf>

⁵ ¿Qué es un video promocional? <http://medya-audiovisual.com/%C2%BFque-es-un-video-promocional/> [citado el 5 de abril de 2014]

⁶ “Diferencias entre vídeo corporativo, institucional, industrial y promocional” [citado el 5 de abril del 2014]

<http://medya-audiovisual.com/diferencias-entre-video-corporativo-institucional-industrial-y-promocional/>

video promocional es usado para atraer clientes hacia un determinado producto o servicio y así incrementar las ventas mientras que el video institucional busca informar, representar, destacar, rescatar los valores institucionales además de difundir cualquier información de interés general.

Producción audiovisual. Se define la producción audiovisual como todos aquellos productos de comunicación que integran imágenes y sonidos. Se deben tener en cuenta diferentes aspectos a la hora de realizar una producción audiovisual:

Tipo de proyecto
Duración
Público objetivo
Recursos

Una vez analizados estos aspectos se deben seguir tres pasos fundamentales para cualquier tipo de producción audiovisual que son:

Preproducción
Producción
Postproducción

Preproducción. Es la etapa del proceso audiovisual en la que se analizan todos los aspectos que abarcan la producción audiovisual,⁷ para cumplir satisfactoriamente la fase posterior, la del rodaje. De modo que cuanto mejor se haya preparado el equipo para todo lo previsto pero también para los posibles problemas e imprevistos, más fluido y provechoso será el rodaje.

Producción.⁸ Una vez se tiene todo el material necesario se pone en práctica todo lo planeado durante la preproducción llevando a imágenes lo que está escrito en el guión. Es el director o realizador quien decide y coordina permanentemente la producción buscando el estilo y el enfoque apropiado para el producto audiovisual.

Postproducción.⁹ Es también denominado montaje, y se considera como la coordinación de un plano con el siguiente. Es necesario distinguir el modo en que se efectúa el montaje en el proceso de producción de la manera en que aparece el montaje en la pantalla para los espectadores.

⁷ Fernández, Federico y Barco, Carolina. Producción cinematográfica, del proyecto al producto. Ediciones Díaz de Santos, España. 2009.

⁸ “Teoría y práctica del video institucional “ [citado el 4 de abril de 2014] <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/6264/1/126893.pdf>

⁹ Bordwell, David. El arte cinematográfico, Cap. 7, La relación entre plano y plano: El montaje. Estados Unidos.

Guión. ¹⁰Podemos definir un guión de distintas maneras. La más simple y directa: Guión es la forma escrita de cualquier espectáculo audio y/o visual.

Esto se aplica a espectáculos de teatro, cine, televisión, radio, etc.

2.2 ENFOQUE LEGAL

El comunicador social está enmarcado dentro de su campo de acción en la transmisión de mensajes ya sea por medios radiales, televisivos, prensa o cualquier medio gráfico o alternativo. Sea cualquiera el ámbito en el que se desempeñe el comunicador social estará bajo el artículo 20 de la constitución política de Colombia como norma de normas principalmente, ¹¹“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.” El comunicador social se encargará de hacer efectivo este derecho fundamental durante el desarrollo y ejercicio de su profesión al igual que el artículo 73, ¹² “La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional”. Además tendrá en cuenta no solo su derecho a expresar libremente sino a evitar y poner límites a la libertad de prensa en los casos en que se afecte la integridad moral de las personas, como lo es la injuria y la calumnia, identificados en el código penal con los artículos 220 y 221 respectivamente y definidos de la siguiente manera: ¹³**Injuria**. El que haga a otra persona imputaciones deshonorosas, incurrirá en prisión de uno (1) a tres (3) años y multa de diez (10) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 221. Calumnia. El que impute falsamente a otro una conducta típica, incurrirá en prisión de uno (1) a cuatro (4) años y multa de diez (10) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Así mismo el comunicador social durante el ejercicio de cualquier actividad productiva y creativa puede incurrir en el delito de plagio al copiar o asumir como propios obras ajenas, artísticas o intelectuales de cualquier tipo, sin explicar o citar claramente la procedencia y la fuente original generando una violación a los derechos morales lo cual esta expresado en artículo 270 del Código Penal Colombiano, ¹⁴**Artículo 270 Violación a los derechos morales de autor**

¹⁰ Doc Comparato, El guión arte y técnica de escribir para cine y televisión.

¹¹ Constitución Política de Colombia, 1991. Art. 20

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> [citado el 9 de abril de 2014]

¹² Constitución Política de Colombia, 1991.

Art.<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> [citado el 9 de abril de 2014]

¹³ Código Penal Colombiano Art. 220 y 221 <http://legismediosinstel.wordpress.com/leyes/delitos-de-injuria-y-calumnia/> [Citado el 9 de abril de 2014]

¹⁴ Código Penal Colombiano ART. 270 Violación a los derechos morales de autor.

http://www.convenioantipirateria.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=138:codigo-

Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de veinte (20) a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes quien:

1. Publique, total o parcialmente, sin autorización previa y expresa del titular del derecho, una obra inédita de carácter literario, artístico, científico, cinematográfico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.
2. Inscriba en el registro de autor con nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado, o mencionando falsamente el nombre del editor o productor de una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.
3. Por cualquier medio o procedimiento compendie, mutile o transforme, sin autorización previa o expresa de su titular, una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este informe se detalla las actividades cumplidas durante el desarrollo de la pasantía en la Unidad de Televisión de la Universidad Francisco de Paula Santander, actividades propuestas en el plan de trabajo aprobado las cuales se han cumplido en los 4 meses de duración de la pasantía.

Investigación. Constantemente se realiza investigación para la primera etapa en la preproducción de videos institucionales. En el momento que llega la solicitud por parte de alguna de las dependencias de la universidad se procede a investigar la necesidad y el objetivo con los funcionarios de la respectiva oficina. En el caso de la Promo ¿Qué es autoevaluación? Se acudió a la oficina de Control Interno y junto a la coordinadora del Sistema Integrado de Gestión se analizaron y se estudiaron las necesidades del video institucional buscando un objetivo el cual era darle a conocer a los estamentos y prioritariamente a los estudiantes el significado de autoevaluación y como pueden hacer parte de este proceso. Igualmente para la mayoría de los videos se realizó el proceso de consulta e investigación de acuerdo a la importancia y la necesidad de emisión del mensaje.

Guión. Una vez se tiene clara la idea, el propósito y el estilo del video, se realiza el guión literario, el guión técnico y el plan de grabación. Tomando como ejemplo el modelo de ¿Qué es Autoevaluación? se puede analizar el proceso desde el planteamiento de la idea en el guión técnico y su paso para el plan de grabación. Posteriormente a la solicitud y los requerimientos de la coordinadora del proceso se elaboró un guión en el que diferentes personas de los estamentos daban un significado de autoevaluación.

Se elaboró el guión técnico teniendo en cuenta el contenido de las frases, ubicando en diferentes puntos del campus universitario a los personajes en los que se incluyeron un administrativo, un docente, un egresado, un empresario y dos estudiantes. Cada uno de ellos menciona una frase representativa de los estamentos de esta manera se logra llevar el mensaje al público objetivo. Se hace una breve descripción del lugar donde se puedan hacer las imágenes en el rodaje.

(Anexo 1)

Rodaje. De acuerdo a lo establecido en el guión literario se trata de seguir rigurosamente lo planteado desde el inicio buscando siempre las imágenes con mejor calidad de la iluminación adecuada de los espacios y el personaje que entraría en la escena, calidad en el sonido cuando existe algún texto que las personas deban expresar, se procura que no existan interferencia ni demasiado ruido ambiente, y locaciones que representen institucionalidad de la universidad. En los rodajes en interiores siempre se utilizan una o dos luces Led que otorgan una mayor definición y diferencia en las imágenes al utilizar igualmente una cámara Nikon HD, con estas cámaras y éste tipo de luz se obtienen unas imágenes profesionales, con mayor definición y estilo. Para el sonido se utilizan la grabadora Tascam a través de micrófonos de solapa para recoger la mayor fidelidad en

audio. En ocasiones los videos promocionales se realizan con voz en off, en estos casos se acude a los servicios de la Ufm para grabar la voz que acompañará las imágenes en muchos videos, tomamos como ejemplo el video para el Ministerio de Educación Nacional en el se muestran las diferentes estrategias que utiliza la universidad para disminuir la deserción. (Anexo 2)

Fotografía 1. Rodaje del primer programa Innovemos del Centro de Desarrollo e Innovación Tecnológica (CEDIT)



Fuente. Pasante

Edición. Se capturan las imágenes y se escogen las de mejor calidad que logren identificarse con lo que se quiere transmitir. Una vez capturado todo el material se procede a musicalizar y en algunos casos se utiliza la voz off que se graba en la emisora Ufm. Se ajusta principalmente la voz off a la música ajustando los volúmenes y a la tonalidad dependiendo del tema del que se esté hablando. Para la edición básica se utiliza el programa Final Cut Pro.

En este proceso también se busca agregar elementos gráficos que dinamicen y logren captar la atención de los televidentes, en este caso se utiliza el programa After Effects y Motion. (Anexo 3 CD)

Actividades Complementarias

Socialización de la campaña ¿Qué es autoevaluación?. Esta campaña se desarrolló en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña con el propósito de que los estamentos de la misma conocieran este proceso, para esto se unieron los esfuerzos de las diferentes áreas del proceso de Gestión de las comunicaciones, utilizando los medios gráficos, radiales, televisivos y web. Una vez culminado este proceso se presentó a la comunidad estudiantil en general mediante un evento organizado en el “kiosko” de la Universidad, sitio con gran tránsito de estudiantes a quienes quisimos exponerle de manera didáctica la campaña de

autoevaluación y con actividades lúdicas se presentó igualmente el dummie de la Universidad, “Santanderito”. (Anexo 4)

Fotografía 2. Socialización de la campaña ¿Qué es la autoevaluación?



Fuente. Pasante

Presentaciones de “Eventos U”: Este espacio institucional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña recopila los eventos más importantes que se han organizado en la institución. A pesar de su importancia, estos programas se encontraban archivados y no contaban con una presentación adecuada para la transmisión por el circuito cerrado de televisión, es así como surge la necesidad de presentar “Eventos U” para su pronta emisión. (Anexo 5 CD).

4. DIAGNÓSTICO FINAL

La Unidad de Televisión de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña hace parte de la Oficina de Multimedia que a su vez está ubicada dentro del proceso de Gestión de las comunicaciones. Siendo ésta unidad la encargada de la realización de diferentes tipos de programas y productos audiovisuales, también es la encargada de la realización de videos institucionales y videos promocionales para las diferentes dependencias, oficinas o eventos que realiza la institución.

Al inicio de las pasantías se pudo observar que eran escasos los videos institucionales que se estaban realizando a pesar de contar con las herramientas y los espacios suficientes. Gracias al desarrollo de la pasantía se pudo cubrir más las solicitudes por parte de las dependencias de la universidad, generando satisfacción al emitir con eficacia los mensajes de una manera dinámica. En el avance de la pasantía se aportó el apoyo profesional en la preproducción, producción y postproducción de diferentes videos promocionales elaborando con mayor rapidez, profesionalismo y sentido estético cada uno de los proyectos que se emprendieron en el tiempo de duración de la pasantía, igualmente se estableció un estilo dinámico, divertido y con elementos visuales en movimiento para la realización y el montaje de videos que impactaron y llamaron la atención del público objetivo, logrando un estilo con diversos elementos gráficos en movimiento que marcaron la diferencia en la forma como se venían realizando anteriormente estos videos.

Durante y después del desarrollo de la pasantía se emiten más videos llegando a realizar 23 videos institucionales, (Anexo 9) con una realización más profesional demostrando que se ha generado interés por desarrollar estos productos audiovisuales por parte del equipo de trabajo de la unidad de televisión y las diferentes oficinas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, pues es una herramienta de comunicación práctica y fluida para difundir mensajes con rapidez, cumpliendo el objetivo de emitir los mensajes a los diferentes estamentos de la institución. (Anexo 10)

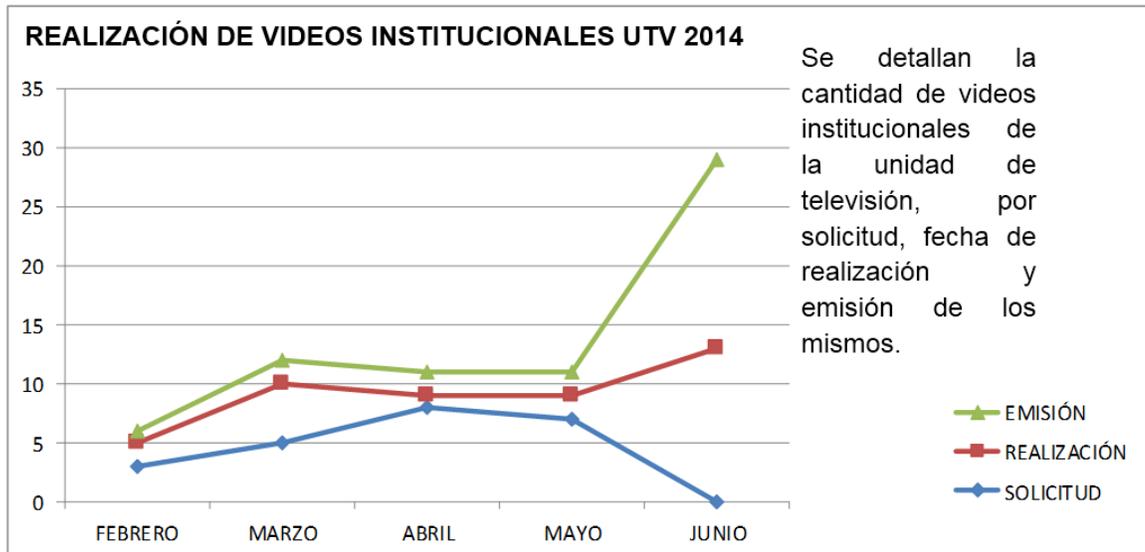
Tabla 1. Videos institucionales realizados durante 4 meses de pasantía desde el 17 de febrero hasta el 17 de junio del 2014.

VIDEOS REALIZADOS DESDE EL 17 DE FEBRERO HASTA EL 17 DE JUNIO DEL 2014				
ITEM	NOMBRE	DURACIÓN	DEPENDENCIA	TIEMPO DE EMISIÓN
1	Video promocional para la apertura del programa de contaduría pública	06:22	Facultad de ciencias Administrativas y Económicas	
2	Video promocional ¿Qué es la Autoevaluación?	01:35	Oficina Control Interno	3/03/14 - hasta la fecha
3	Video institucional	00:30		3/03/14 -

	genérico 2014			hasta la fecha
4	Video Categorización grupos de investigación	00:37	DIE	14/03/14 - hasta la fecha
5	Video Primer torneo de innovación	00:38	CEDIT	17/03/14 – 04/04/14
6	Video invitación tercer encuentro de semilleros de investigación	00:41	DIE	19/03/14 – 04/04/14
7	Video invitación décimo encuentro regional de semilleros de investigación	00:30	DIE	28/04/14 - 08/05/14
8	Video día mundial de la internet	00:36	CEDIT	06/05/14 - 16/05/14
9	Video sobre la deserción para el MEN	02:30	CEDIT	16/05/14 – hasta la fecha
	Videos para las inscripciones del 2014:			16/05/14 – hasta la fecha
10	Video General de las inscripciones	01:00		16/05/14 – hasta la fecha
11	Comunicación Social	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
12	Contaduría Pública	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
13	Derecho	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
14	Administración de Empresas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
15	Ingeniería Civil	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
16	Ingeniería Mecánica	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
17	Ingeniería de Sistemas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
18	Ingeniería Ambiental	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
19	Zootecnia	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
20	Especialización en Auditoría de Sistemas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
21	Técnicos Profesionales y Técnicos Laborales	00:30		16/05/14 – hasta la fecha

Fuente. Pasante

Figura 2. Gráfica donde se evidencian la cantidad de videos institucionales realizados por la unidad de televisión desde su solicitud hasta su emisión.



Fuente. Pasante

5. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos durante el proceso de pasantías en la Unidad de Televisión fueron satisfactorios en cuanto al cumplimiento del objetivo general y sus respectivos objetivos específicos, logrando la realización de múltiples videos institucionales para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, mediante un proceso de preproducción, producción y postproducción para cada uno de los productos audiovisuales que ahora son el resultado que se emite en cada uno de los programas institucionales, a través del circuito cerrado de televisión, en las franjas institucionales de los canales de Ocaña como TV San Jorge e Ingepec, y en el canal regional Tro, además de su amplia difusión por las diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube y a través de la página web institucional.

Durante 4 meses se realizaron diferentes videos que llegaron por medio de solicitudes de las dependencias o facultades como el video para la apertura del nuevo programa de Contaduría Pública u otras campañas requeridas por la universidad como la campaña de Autoevaluación y la promoción para las inscripciones de los programas académicos que se ofertan en la institución.

En cuanto a las solicitudes hechas por dependencias de la universidad se realizaron videos para promocionar el tercer encuentro de semilleros de investigación organizado por la División de Investigación y Extensión DIE, también se promocionó la clasificación de 5 grupos de investigación a Colciencias en las categorías C y D realizando un video presentando por la comunicadora social de la DIE.

Respondiendo también a otras solicitudes se realizó un video para invitar a la comunidad estudiantil al primer torneo de innovación “Revela tu Idea” organizado por el Centro de Desarrollo e Innovación Tecnológica, CEDIT.

Se elaboró un video institucional genérico para la universidad donde se recalca el crecimiento, la cobertura estudiantil, avances en infraestructura, investigación y tecnología para generar sentido de pertenencia en los tres estamentos de la universidad.

En otros programas se realizó un mini programa para el CEDIT, llamado Innovemos, el cual es un espacio para la innovación, los juegos mentales, los datos interesantes, con el objetivo de que la comunidad se interese por la tecnología.

También se hizo un programa para la Unidad de Asistencia Académica donde se explican las estrategias que utiliza la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña para contrarrestar la deserción, este video fue enviado al Ministerio de Educación Nacional para publicarlo en el micro sitio de la pagina web de esta institución.

Para finalizar las pasantías se realizaron los videos promocionales para las inscripciones de cada uno de los programas académicos como Contaduría Pública, Administración de empresas, Derecho, Comunicación social, Zootecnia, Ingeniería Ambiental, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánica, Ingeniería de Sistemas, los Técnicos Profesionales, Técnicos

Laborales y la Especialización en Auditoría de Sistemas. Para éste proceso también se realizó un video general para las inscripciones de todas las carreras.

En total se logró cumplir con los objetivos y con título de la pasantía generando muy buenos resultados para la Unidad de Televisión.

6. RECOMENDACIONES

La universidad Francisco de Paula Santander Ocaña es una institución educativa que con los años ha ido incrementando en infraestructura, cobertura estudiantil y múltiples procesos que se exigen al interior para mantener en buen funcionamiento la institución y ofrecer un servicio de calidad a todo el público en especial a los estudiantes y docentes. Es por eso que constantemente las diferentes dependencias solicitan la realización de videos para dar a conocer información importante, para promocionar, o invitar a los eventos que se realizan o simplemente para emitir algún comunicado de interés general, de esta manera se ha visto que para las dependencias y facultades los videos promocionales son una buena herramienta de difusión de los mensajes por esto se ha incrementado considerablemente la demanda de realización de los videos.

Hasta el momento la Unidad de Televisión ha respondido satisfactoriamente las peticiones de realización de videos durante el primer semestre del 2014, sin embargo se debe limitar las solicitudes por cada dependencia de acuerdo a la importancia, la urgencia y la necesidad de tal manera que se pueda cumplir con las mas importantes con profesionalismo, pues se han visto casos en los que se exigen hasta 4 videos al mismo tiempo y lastimosamente el tiempo no es suficiente para cumplir con esta necesidad. Igualmente se debe establecer un tiempo previo de envío de la solicitud con anterioridad por lo menos de 15 a 20 días antes del evento si fuera el caso, de tal manera que se promocione con tiempo. Todo esto es con el objetivo de mantener excelentes comunicaciones y resultados satisfactorios en la realización audiovisual de tal manera que se pueda cumplir el trabajo de todas las dependencias en especial de la Unidad de Televisión.

BIBLIOGRAFIA

Fernández, Federico y Barco, Carolina. Producción cinematográfica, del proyecto al producto. Ediciones Díaz de Santos, España. 2009.

Bordwell, David. El arte cinematográfico, Cap. 7, La relación entre plano y plano: El montaje. Estados Unidos.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Reseña Histórica
<http://www.ufpso.edu.co/ufpso/general.html#historia>

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Oficina de Multimedia
http://www.ufpso.edu.co/centro_multimedios/general.html

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Oficina de Multimedia, Objetivos
http://www.ufpso.edu.co/centro_multimedios/info.html#objetivos

“El video Institucional” [citado el 4 de abril 2014]
http://www.palermo.edu/dyc/opencd/opencd2010_2/apuntes/El%20video%20institucional069.pdf

“Teoría y práctica del video institucional “ [citado el 4 de abril de 2014]
<http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/6264/1/126893.pdf>

¿Qué es un video promocional? <http://medya-audiovisual.com/%C2%BFque-es-un-video-promocional/> [citado el 5 de abril de 2014]

“Diferencias entre vídeo corporativo, institucional, industrial y promocional” [citado el 5 de abril del 2014]
<http://medya-audiovisual.com/diferencias-entre-video-corporativo-institucional-industrial-y-promocional/>

“Teoría y práctica del video institucional “ [citado el 4 de abril de 2014]
<http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/6264/1/126893.pdf>

Constitución Política de Colombia, 1991. Art. 20
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> [citado el 9 de abril de 2014]

Constitución Política de Colombia, 1991. Art.
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> [citado el 9 de abril de 2014]

Código Penal Colombiano Art. 220 y 221
<http://legismediosinstel.wordpress.com/leyes/delitos-de-injuria-y-calumnia/> [Citado el 9 de abril de 2014]

Código Penal Colombiano ART. 270 Violación a los derechos morales de autor.
http://www.convenioantipirateria.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=138:codigo-penal-m-articulos-270-272&catid=43:leyes [Citado el 9 de abril de 2014]

ANEXOS



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA – UNIDAD DE TELEVISIÓN

FORMATO CUÓN MONTAJE AUDIOVISUAL

UP150-UTV-002

24-02-2014

OFICINA DE MULTIMEDIOS

COORDINADOR UTV

12	SEÑOR CON TRAJE SE BAJA DEL CARRO	0:07"	EMPLEADOR 11. Autoevaluación es retribuirle a la universidad los beneficios que ella me ha aportado a mí y a mi empresa a través de la experiencia con los profesionales egresados	0:35"
13		0:05"		1:00"

Anexo 2. Rodaje del primer programa Innovemos del Centro de Desarrollo e Innovación Tecnológica (CEDIT)



Anexo 3. CD, que contiene los videos evidenciando los resultados de las pasantías cumpliendo con el Objetivo General de realizar 10 videos institucionales para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Anexo 4. Socialización de la campaña ¿Qué es la autoevaluación?



Anexo 5. Grabación video promocional para el décimo encuentro de semilleros de investigación



Anexo 6. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de ingeniería de sistemas.



Anexo 7. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de ingeniería mecánica.



Anexo 8. Grabación video promocional para las inscripciones del segundo semestre de 2014, carrera de zootecnia.



Anexo 9. Videos institucionales realizados durante 4 meses de pasantía desde el 17 de febrero hasta el 17 del junio de 2014.

VIDEOS REALIZADOS DESDE EL 17 DE FEBRERO HASTA EL 17 DE JUNIO DEL 2014				
ITEM	NOMBRE	DURACIÓN	DEPENDENCIA	TIEMPO DE EMISIÓN
1	Video promocional para la apertura del programa de contaduría pública	06:22	Facultad de ciencias Administrativas y Económicas	
2	Video promocional ¿Qué es la Autoevaluación?	01:35	Oficina Control Interno	3/03/14 - hasta la fecha
3	Video institucional genérico 2014	00:30		3/03/14 - hasta la fecha
4	Video Categorización grupos de investigación	00:37	DIE	14/03/14 - hasta la fecha
5	Video Primer torneo de innovación	00:38	CEDIT	17/03/14 – 04/04/14
6	Video invitación tercer encuentro de semilleros de investigación	00:41	DIE	19/03/14 – 04/04/14
7	Video invitación décimo encuentro regional de semilleros de investigación	00:30	DIE	28/04/14 - 08/05/14
8	Video día mundial de la internet	00:36	CEDIT	06/05/14 - 16/05/14
9	Video sobre la deserción para el MEN	02:30	CEDIT	16/05/14 – hasta la fecha
	Videos para las inscripciones del 2014:			16/05/14 – hasta la fecha
10	Video General de las inscripciones	01:00		16/05/14 – hasta la fecha
11	Comunicación Social	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
12	Contaduría Pública	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
13	Derecho	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
14	Administración de Empresas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
15	Ingeniería Civil	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
16	Ingeniería Mecánica	00:30		16/05/14 –

				hasta la fecha
17	Ingeniería de Sistemas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
18	Ingeniería Ambiental	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
19	Zootecnia	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
20	Especialización en Auditoría de Sistemas	00:30		16/05/14 – hasta la fecha
21	Técnicos Profesionales y Técnicos Laborales	00:30		16/05/14 – hasta la fecha

Anexo 10. Gráfica donde se evidencian la cantidad de videos institucionales realizados por la unidad de televisión desde su solicitud hasta su emisión.

