

Plan de trabajo

Tabla de contenido

Plan de trabajo	1
¿Quiénes somos?	1
DOFA	2
Objetivos	3
General	3
Específico	3
Propuestas.....	4

¿Quiénes somos?



Isabella Velásquez

isabella.velasquezl@utadeo.edu.co

Soy estudiante de séptimo semestre del programa de Mercadeo y me postulo al cargo de representante del programa con el interés de contribuir y retribuir a la comunidad tadeísta desde un rol activo y comprometido.

El interés por este cargo surge del deseo de fortalecer el bienestar académico del programa, promoviendo espacios de diálogo e integración acordes a las necesidades de la comunidad estudiantil.



Nicole Morales

nicoles.moralesr@utadeo.edu.co

Soy estudiante de séptimo semestre de Mercadeo. Me postulo al cargo de vice del programa de con el propósito de apoyar activamente a la representante estudiantil, servir como puente entre los estudiantes y las directivas, y contribuir al fortalecimiento del bienestar académico y la calidad del programa. Teniendo en cuenta el trabajo en equipo y aporte de ideas generando un impacto positivo en la experiencia del programa.

DOFA

Debilidades	Oportunidades
• Oferta limitada de algunas asignaturas únicamente en jornada nocturna • Baja participación estudiantil en espacios de representación y bienestar nocturna. • Poca integración entre estudiantes de Mercado y Publicidad	• Fortalecer los canales de comunicación y escucha activa entre estudiantes y representación estudiantil. • Articular acciones conjuntas entre Mercadeo y Publicidad que potencien el trabajo interdisciplinar.
Fortalezas	Amenazas
• Acreditación de alta calidad del programa. • Plan de estudios actualizado y alineado con las necesidades del mercado. • Talento estudiantil destacado con alto potencial académico y creativo.	• Cambios constantes en las tendencias del mercado que exigen actualización permanente. • Baja utilización de los servicios de bienestar universitario, especialmente en jornada nocturna.

Objetivos

General

Fortalecer la representación estudiantil por área académica durante el periodo 2026–2027, mediante acciones de comunicación, bienestar, visibilización y acompañamiento académico, dejando evidencia documentada a través de contenido multimedia, informes de gestión al cierre de cada semestre académico (mayo y noviembre de 2026) y la socialización de resultados de investigación en cada corte académico.

Específico

1. Diseñar e implementar mínimo dos (2) actividades conjuntas entre los programas de Mercadeo y Publicidad antes de finalizar el año 2026, con participación verificable de estudiantes de ambos programas, como lo es el Fire Match Camp, a realizarse durante las semanas de receso académico de 2026, y complementándose con actividades de integración y acompañamiento desarrolladas en cada corte académico.
2. Comunicación y escucha implementando (2) canales de comunicación activos como lo son Instagram y correo institucional antes del primer corte de 2026, logrando una justificable participación estudiantil, generando un informe por el cierre de cada corte académico correspondiente a la participación.
3. Diagnosticar la situación estudiantil mediante la aplicación de tres (3) encuestas por semestre, segmentadas por rol (docente o estudiante) y por jornada (diurna y nocturna), antes de la finalización de cada corte académico, con el fin de identificar problemáticas académicas y de bienestar. Las encuestas se aplicarán conforme a las fechas de cada corte académico del año 2026 y estarán enfocadas en asignaturas específicas del programa.
4. Bienestar universitario. Desarrollar un miniestudio de mercado con estudiantes de jornada nocturna antes del segundo corte de 2026, identificando hábitos laborales, uso del gimnasio y participación en espacios de bienestar, con el fin de presentar una propuesta basada en datos reales a Bienestar Universitario.

Corte académico	2026-1S	2026-2S
1	16 -21 de febrero	17 - 22 de agosto

5. Visibilizar y fortalecer el orgullo tadeísta mediante acciones de visibilización estudiantil durante el periodo 2026–2027, a través de la producción y difusión de contenidos audiovisuales que destaquen logros académicos, experiencias en prácticas profesionales y trayectorias exitosas de estudiantes y egresados del programa, esto a través de canales institucionales, mediante la publicación de un video mensual durante los periodos académicos.

Propuestas

1. Con el fin de acompañar el bienestar emocional de los estudiantes y fortalecer la comunidad del programa de Mercadeo, se propone la implementación de espacios de integración al finalizar cada corte académico durante el año 2026. Estas actividades estarán orientadas a la expresión emocional, la reflexión colectiva y la construcción de sentido de pertenencia, mediante dinámicas participativas, creativas y articuladas al calendario académico institucional.

Fecha	Momento académico	Actividad	Descripción de la dinámica
13 de abril de 2026	2026-1S	Cápsula del tiempo express	Los estudiantes escribirán en un papel una meta o expectativa que tenga para el semestre académico actual. Los mensajes se guardarán en sobres sellados para ser abiertos en el siguiente semestre académico.
4 de mayo de 2026	2026-1S	Muro de Post-its	Dinámica participativa con Post-its de tres colores: verde (aprendizajes o agradecimientos), rojo (dificultades del corte) y amarillo (dibujos, memes o frases humorísticas).
16 y 17 de julio de 2026	Inducciones 2026-2S	Cápsula del tiempo – estudiantes de nuevo ingreso	Aplicación de la misma dinámica de cápsula del tiempo con estudiantes de nuevo ingreso al programa, como estrategia de integración temprana y apropiación del proceso académico.
24 de julio de 2026	2026-2S	Entrega de cápsulas del tiempo	Socialización y devolución de las cápsulas elaboradas el 13 de abril.
7 de octubre de 2026	2026-2S	Búsqueda Fantasma	Actividad de integración desarrollada en distintos espacios del campus basada en una

			dinámica de búsqueda autónoma y participativa. Se dispondrán figuras simbólicas (“fantasmas”) distribuidas estratégicamente en el campus, cada una con un código QR. Al escanear el código, los estudiantes recibirán información confidencial sobre el punto de reclamación del incentivo o el contacto directo con los encargados de la actividad
2 de noviembre de 2026	2026-2S	Entrega de cápsulas del tiempo – nuevo ingreso	Devolución de las cápsulas realizadas durante las jornadas de inducción, cerrando el ciclo de acompañamiento emocional del año académico.

2. Se propone fortalecer la visibilidad, participación y el acompañamiento institucional en la franja nocturna, mediante estrategias de apoyo académico y comunicativo que permitan una mayor integración de los estudiantes como por ejemplo charlas profesionales y motivadoras que se acoplen al silabus de cada materia específica: Nicole

Materia	Perfil
Estudio del consumidor	Perfil con experiencia en investigación del mercado.
Dirección de ventas	Profesional en experiencia con habilidades blandas.
Comunicaciones digitales y tendencias del retail	Manager experto en el manejo de redes sociales.

3. Con el propósito de fortalecer la experiencia académica y la comunicación entre estudiantes y docentes del programa, se propone la implementación de un proceso de retroalimentación continua a lo largo del semestre, mediante la aplicación de encuestas al finalizar cada corte académico del año 2026. Este proceso estará orientado a la identificación oportuna de necesidades, percepciones y dinámicas académicas y de bienestar, con un enfoque formativo y descriptivo, no evaluativo ni sancionatorio, que permita comprender el desarrollo de las asignaturas y mejorar la experiencia educativa de manera colectiva. La propuesta contempla la aplicación de encuestas de retroalimentación al finalizar cada corte académico, segmentadas por rol (docentes y estudiantes) y por jornada (diurna y

nocturna), con el fin de fortalecer la experiencia académica y la comunicación entre los actores del proceso formativo.

Los resultados serán consolidados por corte académico, sistematizados en informes cuantificables y socializados de manera general, respetando la confidencialidad de los participantes y sirviendo como insumo para acciones de mejora académica y de bienestar.

Corte académico	2026-1S	2026-2S
1	16 -21 de febrero	17 - 22 de agosto
2	06 – 11 de abril	28 de Septiembre3 de octubre
3	11 - 16 de mayo	09 – 14 de noviembre

4. Aprovechar y visibilizar las experiencias académicas y profesionales de estudiantes y egresados del programa de Mercadeo como una oportunidad de aprendizaje, inspiración y fortalecimiento de la comunidad académica mensualmente en una sección llamada “Estudiantes que Inspiran”. Nicole