Deinis zulay Uribe arias

**2.1 ANTECEDENTES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ORDEN | | AÑO | AUTOR | | | TITULO | OBJETIVO | | | METODOLOGIA | RESULTADOS | | | APORTES | | INTERROGANTE | |
| 1 | (2002) | | | Gomez, H. | la percepcion de estudiantes universitarios sobre la falta de comunicacion dentro de la comunidad educativa por parte de area academica y administrativa | | | el objetivo de esta investigación es interpretar la percepción que poseen los estudiantes universitarios sobre la falta de comunicacion de factores que los afecta directamente a ellos referentes a la universidad. | Para obtener resultados se utilizó un diseño cualitativo con enfoque fenomenológico. La recolección de datos se realizó a través de una encuesta semiestructurada. Se entrevistó a 15 estudiantes que cumplían con los criterios de selección de la investigación. Los resultados fueron analizados por los investigadores principales mediante análisis de contenido. | | | -los entrevistados identifican la falta de comunicacion como uno de los principales factores que hacen desequilibrar el buen funcionamiento de la comunidad educativa  - que la mejora de la comunicacion como práctica habitual contribuye a la mejora de los indicadores de logros y calidad de la institucion educativa.  -Los entrevistados refieren que una de las principales causas que suman al desequilibrio del plantel educativo es la falta de metodos para comunicar las informaciones debido a la carga académica. | -definicion de la comunicacion  -caracterizacion de la falta de comunicacion dentro de la comunidad educativa | | ¿como influye el contexto sociocultural en la comunicacion de los universitarios? | |
| 2 | (2010) | | | AGUILERA, M.  FARIAS,B. | La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. | | | analizar desde una perspectiva propositiva las principales tendencias europeas en materia de estrategias universitarias y de comunicación. | usando como ejemplo 30 universidades europeas. También se examina la disponibilidad de nuevas herramientas empleadas en esas universidades. | | | -Las nuevas herramientas y las nuevas estrategias están generando grandes oportunidades para la gestión de la publicidad de las  universidades.  -La comunicación universitaria se adapta a  los nuevos tiempos, a los nuevos modelos  de sociedad y a sus prácticas comunicativas.  - se identifico patrones universales en lo que se refiere a las politicas de comunicacion y a las estrategias de comunicacion universitaria. | -modelos y nuevas formas de comunicar en la universidad    -la comunicacion en la universidad | | ¿cuales serian las Políticas de comunicación  universitaria tendencias y prácticas  más relevantes?  ―¿cuales estrategias sociales serian las que permiten potenciar la colaboración y la participación de los colectivos implicados,en la construcción colectiva de los conocimientos de la comunicacion? | |

**2.2 Bases teoricas**

**http://revistas.um.es/rie/article/view/99021**

aqui se habla de que todavía no hay acuerdo sobre cómo se aprende a desarrollar habilidades que lleven a los universitarios a reconocer cuándo requieren información, cómo aprender a localizarla, evaluarla y usarla efectivamente.

**https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/248/125**

En este artículo se realiza un recorrido por los distintos modelos de Comunicación Universitaria y su evolución en el tiempo. Se analizan desde una perspectiva propositiva las principales tendencias europeas en materia de estrategias universitarias y de comunicación usando como ejemplo 30 universidades europeas. También se examina la disponibilidad de nuevas herramientas empleadas en esas universidades y se analiza el uso de las redes sociales en cinco universidades españolas.