DESCRIPCIÓN ESTRUCTURA DE CUALIFICACIÓN

La estructura de cualificación **6-SEPC-ASM-12220-E-005** – ***Dirección de Comunicación Estratégica y Proyección Simbólica****, será el referente nacional para la oferta educativa que conduce al Título de Especialización Universitaria en Dirección de Comunicación Estratégica y Proyección Simbólica, correspondiente al Nivel 6 del Marco Nacional de Cualificaciones. El análisis que la fundamenta y justifica, se presenta a continuación:*

Su diseño se realizó con un equipo de expertos técnicos del subsector de Astrología y Mancias, como respuesta a las necesidades de fortalecimiento del capital humano del subsector de Astrología y Mancias, perteneciente al Área de Cualificación de los Servicios Personales y a la Comunidad, SEPC, necesidades que fueron identificadas en los procesos de investigación adelantados en desarrollo de la metodología del Marco Nacional de Cualificaciones, tanto en fuentes primarias y secundarias, que permitieron identificar las Brechas de Capital Humano y las tendencias del subsector, así como el comportamiento del sector en sus principales entornos: socioeconómico, de empleo, organizacional, normativo, ambiental , tecnológico.

En su construcción participaron expertas y expertos, representantes del subsector, entre los que se encuentran consultores de la astrología y las mancias en ejercicio, quienes, además de contar con amplia experiencia en la práctica han liderado o hecho parte de procesos de formación, y su aporte fue fundamental para la definición de los perfiles, las competencias y las cualificaciones. Entre las y los expertos que colaboraron se encuentran: Carolina Pérez Niño, Andrea Díaz Buitrago, Andrea Osorio, Diana Martínez, Giovanna Torres (GioTarot), Sofía Ramos (Miel Astral), Isis Montoya, Dielina Isabel Palomino, Marcela Vargas, Sari Cáceres, Crista Castellano, Sofía Ojeda (Sofipsique), Laura Vásquez, Berenice Mejía (Yare), Pedro Ochoa, Juan Carlos Cerón, Ricardo Villalobos, Esteban Valencia, Jorge Alvarado y David Leonardo Sánchez. Un agradecimiento especial, como institución, a la Gran Fraternidad Universal Fundacion del Doctor Serge Raynaud de la Ferriere por los aportes que su equipo brindó conceptualmente.

Se fundamenta en los siguientes hallazgos:

La Cualificación responde a la necesidad de Diseñar, coordinar y ajustar estrategias integradas de comunicación, posicionamiento y relacionamiento, de acuerdo con los objetivos de identidad y servicio de la organización, y en articulación con los marcos simbólicos y éticos del ecosistema, con el fin de fortalecer la legitimidad, confianza y visibilidad de las prácticas simbólicas y espirituales en distintos entornos sociales, digitales y territoriales.

El o la directora de Comunicación Estratégica y Proyección Simbólica es un perfil que, según el estudio de brechas de capital humano, BKH, que presentan brechas de calidad en la falta de competencias transversales y éticas. Los comunicadores externos carecen de una formación en la ética de la comunicación simbólica, lo que puede resultar en la creación de mensajes sugestivos o que generen dependencia. Se requiere un entendimiento profundo del universo simbólico para evitar la manipulación y mantener la coherencia del mensaje; brechas de cantidad relacionadas con la escasez de comunicadores que entiendan la complejidad del lenguaje de la astrología y las mancias, así como de la ética del subsector. La necesidad de profesionales con un perfil intermedio que puedan sistematizar los mensajes y liderar estrategias de comunicación para marcas personales es alta, pero la oferta es limitada. La subcontratación de estos servicios a profesionales ajenos al subsector es común, aunque riesgosa para la credibilidad; y brechas de pertinencia en lo correspondiente a la formación en comunicación estratégica que, a menudo es genérica y no se ajusta al contexto místico o cultural del subsector. Hay una desconexión entre la teoría comunicacional y los desafíos que implica la comunicación de saberes simbólicos en entornos digitales, sin perder la raíz profunda del mensaje. Es un perfil que, según las tendencias identificadas y la prospectiva en el sector, plantea el reto central de fortalecer la comunicación asertiva y ética, dada la alta susceptibilidad. La labor de este director consistirá en gestionar la marca personal de los y las practicantes y la reputación del campo en su conjunto, traduciendo conceptos complejos en mensajes comprensibles que no induzcan miedo ni dependencia. Será

fundamental desarrollar un canal de comunicación que, en un contexto de tecnologías que simplifican el mensaje, sea capaz de transmitir la profundidad del saber del subsector.

En cuanto a la oferta educativa, se encuentra que no existe en el país un programa específico que abarque de manera integral las competencias de dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica. Sin embargo, la Educación Superior provee una amplia base de programas relacionados, principalmente desde las carreras de Comunicación Social y sus diferentes énfasis (gestión comunitaria, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo), así como desde especializaciones y maestrías orientadas a la gestión social, la psicología comunitaria y la comunicación estratégica. Estos programas, en su conjunto, contribuyen al desarrollo de las capacidades requeridas para este perfil.

En la educación informal se encuentran diplomados y cursos en áreas complementarias como relaciones públicas, comunicación digital y gestión de redes sociales, que fortalecen competencias específicas vinculadas al ejercicio laboral. La formación profesional integral del SENA, por su parte, ofrece programas en campos afines como la gestión de mercadeo y la comunicación digital, aunque no de forma especializada en relaciones públicas y menos aún en áreas relacionadas con la astrología y mancias.

La oferta se concentra principalmente en ciudades capitales y centros regionales universitarios (Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga), con una creciente disponibilidad de programas virtuales que amplían la cobertura nacional. El número de matriculados y egresados no resulta fácilmente consolidable bajo una sola categoría, dado que la trayectoria formativa se construye transversalmente a partir de programas de comunicación, ciencias sociales y gestión organizacional.

No se identifican programas educativos en niveles técnicos y tecnológicos específicamente orientados a relaciones públicas y comunicaciones en el área simbólica, lo cual constituye un vacío en la trayectoria formativa. A nivel internacional, la oferta sí presenta programas especializados de alta calidad en comunicación estratégica, relaciones públicas y transformación social, lo que evidencia una brecha en la especialización nacional frente a estándares globales.

Esta cualificación le permite al Especialista Universitario en Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica, adquirir competencias para 1) Diseñar la estrategia de comunicación externa e interna, de acuerdo con los objetivos de identidad institucional y los principios simbólicos del ecosistema organizacional, 2) Gestionar la implementación campañas y acciones comunicativas multicanal, teniendo en cuenta las características de los públicos objetivo, las narrativas del ecosistema y los entornos de circulación digital, 3) Verificar la coherencia narrativa y simbólica de los mensajes institucionales, según los marcos éticos del acompañamiento y los lineamientos comunicativos adoptados 4) Ajustar los canales, formatos y estrategias de difusión, a partir de los resultados de las evaluaciones de alcance, retroalimentación del público y cambios en el contexto cultural o espiritual y 5) Gestionar la reputación y las relaciones estratégicas institucionales, a partir de la identificación de riesgos comunicacionales y la construcción de alianzas clave.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA CUALIFICACIÓN		
1.1 Denominación	***Dirección de Comunicación Estratégica y Proyección Simbólica.***	
1.2 Código de la cualificación	**6-SEPC-ASM-12220-E-005**	Versión: 01 - 2025
1.3 Nivel del MNC	**6**	
1.4 Área de cualificación	SERVICIOS PERSONALES Y A LA COMUNIDAD - SEPC	
1.5 Duración (horas-créditos)	Rango sugerido total para este nivel 20-32 créditos	
1.6 Organismo que autoriza la cualificación		
1.7 Institución que otorga la cualificación		
1.8 Referente de cualificación para:	Título de especialista universitario. Ley 30 de 1992, Decreto 1330 de 2019 y Decreto 529 de 2024.	
2. PERFIL DE COMPETENCIAS		
2.1 Competencia General	Diseñar, coordinar y ajustar estrategias integradas de comunicación, posicionamiento y relacionamiento, de acuerdo con los objetivos de identidad y servicio de la organización, y en articulación con los marcos simbólicos y éticos del ecosistema, con el fin de fortalecer la legitimidad, confianza y visibilidad de las prácticas simbólicas y espirituales en distintos entornos sociales, digitales y territoriales.	
2.2 Ámbito (Productivo, Laboral, Social)	**Esquema cadena de valor:**  **Sector productivo:**	

	Se pueden desempeñar en agencias de relaciones públicas y comunicación estratégica, consultoras de imagen corporativa, departamentos de comunicación en empresas privadas y entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas, medios de comunicación y colectivos culturales o comunitarios. También en proyectos de marketing social, iniciativas de transformación cultural y plataformas digitales orientadas a la gestión de comunidades y reputación institucional. Asimismo, participan en el diseño e innovación de experiencias comunicativas en empresas de servicios personales, culturales y de comunidad, tanto presenciales como digitales. Para el presente subsector, pueden brindar servicios de comunicación, posicionamiento y reputación a centros, colectivos y emprendimientos de Astrología y Mancias, contribuyendo a su legitimación y articulación con públicos amplios. **Contexto de acción:** Se pueden desempeñar en oficinas de comunicación y relaciones públicas, agencias de consultoría, instituciones educativas, proyectos sociales, culturales y comunitarios, así como en medios tradicionales y digitales. Además, pueden liderar procesos de construcción de narrativas institucionales, campañas de incidencia pública, gestión de crisis comunicacionales y estrategias de reputación en entornos multicanal. En el ámbito digital, desarrollan y gestionan comunidades virtuales, producen contenidos para redes sociales y articulan iniciativas con influenciadores y medios especializados. En escenarios de articulación, participan en proyectos intersectoriales con instituciones educativas, culturales y de bienestar social, contribuyendo a la legitimación y posicionamiento de las organizaciones. Para el caso de Astrología y Mancias, apoyan la difusión de prácticas, la generación de confianza pública y la vinculación con comunidades locales e internacionales interesadas en servicios simbólicos. **Ocupaciones relacionadas:** **12220 - Directores y gerentes de publicidad y relaciones públicas** 12220.001 Director comunicaciones y publicidad 12220.004 Director de relaciones públicas 12220.005 Director publicaciones 12220.007 Director relaciones públicas e información 12220.009 Gerente de marca 12220.014. Gerente promoción 12220.017 Jefe de departamento de relaciones públicas 12220.023 Jefe relaciones públicas **24320 - Profesionales de relaciones públicas y comunicaciones** 24320.001 Agente promotor de relaciones públicas 24320.002 Agente de relaciones públicas 24320.005 Asesor de comunicaciones 24320.009 Coordinador de medios de Comunicación 24320.014 Especialista en información pública 24320.015 Especialista en relaciones públicas 24320.020 Profesional de relaciones públicas 24320.021 Profesional en relaciones públicas y comunicaciones 24320.022 Promotor de relaciones públicas

	24320.025 Relacionista público 24320.026 Relator de relaciones públicas **Otras denominaciones:**
2.3 Competencias Específicas	**CE01-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Diseñar la estrategia de comunicación externa e interna, de acuerdo con los objetivos de identidad institucional y los principios simbólicos del ecosistema organizacional.
	CE02-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Gestionar la implementación de campañas y acciones comunicativas multicanal, teniendo en cuenta las características de los públicos objetivo, las narrativas del ecosistema y los entornos de circulación digital.
	CE03-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Verificar la coherencia narrativa y simbólica de los mensajes institucionales, según los marcos éticos del acompañamiento y los lineamientos comunicativos adoptados.
	CE04-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Ajustar los canales, formatos y estrategias de difusión, a partir de los resultados de las evaluaciones de alcance, retroalimentación del público y cambios en el contexto cultural o espiritual.
	CE05-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Gestionar la reputación y las relaciones estratégicas institucionales, a partir de la identificación de riesgos comunicacionales y la construcción de alianzas clave.
COMPETENCIA ESPECÍFICA	**CE01-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Diseñar la estrategia de comunicación externa e interna, de acuerdo con los objetivos de identidad institucional y los principios simbólicos del ecosistema organizacional.

Elemento de competencia 1. Diagnosticar las necesidades de comunicación de la organización, a partir del análisis de su identidad, valores y el entorno cultural-simbólico en el que opera.

Criterios de desempeño

- La identificación de la identidad y valores organizacionales está acorde con los documentos fundacionales y la visión estratégica de la institución.
- El estudio del entorno cultural-simbólico corresponde con la captación de tendencias, percepciones del público y narrativas relevantes del sector.
- La documentación de las necesidades de comunicación satisface la claridad y especificidad requerida para la formulación de estrategias posteriores.

Elemento de competencia 2. Definir los objetivos de comunicación y relacionamiento (qué se quiere lograr), de acuerdo con la estrategia general de la organización y el propósito de fortalecer la presencia de las prácticas simbólicas**.**

Criterios de desempeño

- El planteamiento de los objetivos de comunicación cumple con la alineación estratégica y la misión fundamental de la organización.
- La formulación de los objetivos de relacionamiento corresponde con su especificidad y la posibilidad de ser cuantificados o verificados en el tiempo establecido.
- El establecimiento de metas comunicacionales está acorde con el propósito de consolidar la presencia y la aceptación de las prácticas simbólicas en el entorno cultural.

Elemento de competencia 3. Articular los mensajes clave, canales y públicos objetivo, teniendo en cuenta la relevancia del contenido para cada audiencia y la coherencia con los principios éticos y simbólicos del ecosistema.

Criterios de desempeño

- La adaptación de los mensajes clave cumple con la relevancia y el interés particular de cada segmento de audiencia definida.
- La selección de los canales de comunicación corresponde con la efectividad para alcanzar a los públicos objetivo y las características inherentes del contenido.
- La coherencia de la articulación entre mensajes, canales y públicos está acorde con los principios éticos y la dimensión simbólica del ecosistema institucional.

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** Plataformas digitales de comunicación y difusión; software de gestión de contenidos y monitoreo de audiencias; manuales de identidad institucional y lineamientos narrativos; herramientas de diseño gráfico, audiovisual y editorial; entornos de coordinación y colaboración en línea; espacios físicos y virtuales para validación de mensajes y campañas.
- **Productos y resultados:** Estrategias comunicacionales estructuradas y documentadas; planes de comunicación con objetivos, audiencias, mensajes clave y cronogramas; piezas de comunicación interna y externa coherentes con la identidad simbólica; campañas piloto implementadas y evaluadas; informes de impacto y retroalimentación de audiencias; evidencias de fortalecimiento de la identidad institucional y legitimación en el ecosistema profesional y social.
- **Información requerida (referentes):** Lineamientos técnicos en comunicación estratégica y organizacional; referentes de buenas prácticas en gestión de la comunicación en servicios personales y culturales; manuales de identidad institucional y criterios de narrativa simbólica; pautas éticas y de responsabilidad social en la interacción con usuarios; referentes técnicos en diseño, producción y difusión de contenidos multicanal

COMPETENCIA ESPECÍFICA	**CE02-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Gestionar la implementación de campañas y acciones comunicativas multicanal, teniendo en cuenta las características de los públicos objetivo, las narrativas del ecosistema y los entornos de circulación digital.

Elemento de competencia 1. Determinar los recursos humanos y tecnológicos necesarios, de acuerdo con la planificación de las campañas y los plazos de ejecución definidos.

Criterios de desempeño

- La asignación de los recursos humanos cumple con el perfil requerido para las tareas y los roles definidos en la planificación de las campañas.
- La utilización de los recursos tecnológicos corresponde con las necesidades operativas de las campañas y la optimización de sus funcionalidades.
- El seguimiento de los recursos coordinados satisface el cumplimiento de los plazos de ejecución y el progreso establecido en el cronograma de campañas.

Elemento de competencia 2. Supervisar la producción y adaptación de los mensajes para cada canal de difusión, teniendo en cuenta las características de las audiencias y la resonancia simbólica deseada.

Criterios de desempeño

- La adaptación de los mensajes para cada canal de difusión cumple con las características específicas de las audiencias a las que se dirigen.
- La coherencia de la resonancia simbólica en los contenidos corresponde con los principios éticos y la identidad de la organización.
- El cumplimiento de los estándares de calidad en la producción de los mensajes está acorde con los lineamientos comunicacionales y el impacto deseado.

Elemento de competencia 3. Administrar la publicación y distribución de contenidos en las plataformas digitales y medios tradicionales, a partir del seguimiento del calendario editorial y la interacción inicial con los públicos.

Criterios de desempeño

- La planificación de la publicación y distribución de contenidos cumple con el calendario editorial definido y los plazos de entrega.
- La difusión de los contenidos en plataformas digitales y medios tradicionales corresponde con las estrategias de posicionamiento y alcance de las audiencias.
- El monitoreo de la interacción inicial de los públicos está acorde con la identificación de su resonancia y la efectividad de los mensajes.

Contexto de la competencia

- Recursos utilizados: Plataformas digitales de gestión y difusión de contenidos (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles); herramientas de diseño gráfico, audiovisual y producción multimedia; software de segmentación y análisis de audiencias; protocolos internos de comunicación y coordinación de equipos; espacios físicos y virtuales para el desarrollo de campañas; insumos simbólicos y narrativos propios del sector de astrología y mancias
- **Productos y Resultados (Evidencias):** Campañas multicanal diseñadas e implementadas con coherencia narrativa e identidad institucional; piezas comunicativas en formatos gráficos, audiovisuales, textuales y digitales adaptadas a los públicos objetivo; informes de ejecución y métricas de impacto; evidencias de interacción, alcance y satisfacción de usuarios; acciones comunicativas ajustadas a los principios éticos y de responsabilidad social del subsector; consolidación de la visibilidad y legitimación de los servicios en entornos presenciales y digitales.
- **Información requerida (referentes):** Lineamientos estratégicos de comunicación y mercadeo cultural; manuales de identidad institucional y narrativas simbólicas organizacionales; criterios técnicos de segmentación y caracterización de audiencias; referentes de buenas prácticas en campañas multicanal para servicios personales y culturales; protocolos de ética comunicacional y responsabilidad social en la divulgación de mensajes.

COMPETENCIA ESPECÍFICA	**CE03-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Verificar la coherencia narrativa y simbólica de los mensajes institucionales, según los marcos éticos del acompañamiento y los lineamientos comunicativos adoptados.

Elemento de competencia 1. Revisar los contenidos y piezas de comunicación, de acuerdo con los lineamientos de identidad y el estilo de lenguaje amigable definidos por la organización.

Criterios de desempeño

- La coherencia de los contenidos y piezas de comunicación cumple con los lineamientos de identidad y el estilo de lenguaje amigable definidos por la organización.
- La consistencia del estilo de lenguaje amigable corresponde con las directrices de accesibilidad y claridad para el público en general.
- El registro de la revisión está acorde con la identificación de observaciones y la aprobación para su difusión.

Elemento de competencia 2. Evaluar la consistencia narrativa y la resonancia del mensaje simbólico, teniendo en cuenta la sensibilidad cultural y la comprensión esperada de los distintos públicos.

Criterios de desempeño

- La narrativa institucional unificada cumple con el desarrollo de una historia coherente y la construcción de un relato claro para la organización.
- La resonancia del mensaje simbólico corresponde con su capacidad de generar un impacto significativo y una conexión emocional con los públicos objetivo.

- La sensibilidad cultural en la comunicación está acorde con la comprensión de las diversas audiencias y la evitación de interpretaciones erróneas u ofensivas.

Elemento de competencia 3. Validar que la comunicación cumpla con los principios éticos y de responsabilidad del acompañamiento, según los criterios de transparencia y respeto establecidos.

Criterios de desempeño

- La comunicación de los principios éticos y de responsabilidad cumple con los criterios de transparencia y veracidad establecidos en los lineamientos institucionales.
- La supervisión del respeto hacia los públicos y las prácticas simbólicas corresponde con los protocolos definidos para la interacción y la difusión de mensajes.
- La documentación de la validación ética está acorde con los procedimientos de aprobación y la evidencia de cumplimiento de los estándares de la organización.

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** Protocolos internos de comunicación institucional; manuales de identidad narrativa y simbólica; herramientas de edición y validación de contenidos en diferentes formatos (textual, audiovisual y digital); plataformas digitales de gestión de comunicación; registros de lineamientos éticos y de responsabilidad social aplicados al acompañamiento simbólico; espacios de revisión colaborativa y comités de comunicación
- **Productos y resultados (evidencias):** Informes de verificación y validación de mensajes con evidencias de coherencia narrativa, simbólica y ética; contenidos ajustados a los lineamientos comunicativos institucionales; trazabilidad de revisiones y correcciones implementadas; reportes de satisfacción de públicos internos y externos; evidencias de fortalecimiento de la legitimidad institucional y del reconocimiento simbólico del subsector de astrología y mancias**.**
- **Información requerida (referentes):** Lineamientos estratégicos de comunicación institucional; criterios de ética y responsabilidad social aplicables al acompañamiento simbólico; marcos conceptuales de narrativa y semiótica cultural; manuales de estilo y guías técnicas de redacción y producción de contenidos; referentes de buenas prácticas en comunicación en servicios personales, espirituales y culturales

COMPETENCIA ESPECÍFICA	**CE04-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Ajustar los canales, formatos y estrategias de difusión, a partir de los resultados de las evaluaciones de alcance, retroalimentación del público y cambios en el contexto cultural o espiritual.

Elemento de competencia 4. Interpretar los datos de alcance y la retroalimentación recibida del público, a partir de los reportes de rendimiento y los comentarios expresados en las plataformas.

Criterios de desempeño

- La identificación de las métricas clave de alcance y efectividad de los mensajes cumple con el análisis de los reportes de rendimiento.
- La comprensión de la retroalimentación del público corresponde con un examen de los comentarios y las reacciones expresadas en las distintas plataformas.
- La elaboración de informes sobre los hallazgos del análisis está acorde con la propuesta de ajustes y mejoras en las futuras estrategias de comunicación.

Elemento de competencia 2. Proponer modificaciones en los canales, formatos y tácticas de comunicación, según los resultados del análisis y las nuevas tendencias del entorno cultural-espiritual.

Criterios de desempeño

- El plan de modificación de canales y formatos cumple con la optimización del alcance y la efectividad de los mensajes.

- La adaptación de las tácticas de comunicación corresponde con las tendencias identificadas en el entorno cultural y espiritual.
- La presentación de las modificaciones propuestas está acorde con los resultados del análisis previo y la justificación de su impacto esperado.

Elemento de competencia 3. Aplicar los ajustes estratégicos en las campañas y mensajes, teniendo en cuenta la optimización de la efectividad y la mejora de la conexión con las audiencias.

Criterios de desempeño

- La actualización de las campañas y mensajes cumple con las directrices definidas para la optimización de la estrategia.
- La optimización de la efectividad comunicativa corresponde con el incremento de las métricas clave de alcance e interacción con los públicos objetivo.
- El fortalecimiento de la conexión con las audiencias está acorde con la mejora de la retroalimentación cualitativa y la resonancia simbólica de los mensajes.

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** Plataformas digitales de gestión y monitoreo de audiencias; herramientas de análisis de métricas de comunicación; sistemas de seguimiento de retroalimentación del público; manuales de lineamientos narrativos y simbólicos; software de edición audiovisual y diseño gráfico; entornos colaborativos para ajuste de contenidos; registros de cambios en contextos culturales y espirituales relevantes.
- **Productos y resultados (evidencias).** Estrategias de comunicación ajustadas y documentadas; evidencias de modificación en canales, formatos y mensajes implementados; reportes comparativos de impacto antes y después de los ajustes; retroalimentación positiva de públicos internos y externos; contenidos actualizados y pertinentes frente al contexto cultural y espiritual; trazabilidad de decisiones basada en datos de evaluación.
- **Información requerida (referentes)** Criterios de evaluación y seguimiento de campañas comunicativas; lineamientos de comunicación institucional y simbólica; marcos de análisis cultural y de tendencias en prácticas espirituales; referentes técnicos de gestión multicanal y formatos digitales; principios éticos y de responsabilidad social aplicables a la comunicación de servicios simbólicos

COMPETENCIA ESPECÍFICA	**CE05-6-SEPC-ASM-12220-E-005:** Gestionar la reputación y las relaciones estratégicas institucionales, a partir de la identificación de riesgos comunicacionales y la construcción de alianzas clave.

Elemento de competencia 1. Identificar los posibles riesgos en la comunicación y en la imagen de la organización, a partir del monitoreo constante de conversaciones y tendencias en el entorno digital y social.

Criterios de desempeño

- El registro de los riesgos en la comunicación e imagen de la organización cumple con la sistematización de la información relevante y su clasificación por nivel de impacto.
- El seguimiento a las conversaciones y tendencias del entorno digital y social corresponde con la identificación temprana de situaciones que puedan afectar la reputación.
- La elaboración de un mapa de riesgos está acorde con la visión de la dirección para la prevención de crisis comunicacionales.

Elemento de competencia 2. Establecer relaciones con actores y aliados estratégicos (como medios, líderes de opinión o comunidades relevantes), de acuerdo con los objetivos de posicionamiento y la necesidad de construir confianza en el sector.

<table>
<tr><td colspan="2">Criterios de desempeño
• La formalización de alianzas con actores estratégicos cumple con los objetivos de posicionamiento y amplificación de los mensajes de la organización.
• La gestión de las relaciones con medios, líderes de opinión y comunidades corresponde con un plan de relacionamiento y la construcción de confianza a largo plazo.
• La documentación de los acuerdos y colaboraciones está acorde con la necesidad de fortalecer la legitimidad y la visibilidad de la organización.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Elemento de competencia 3. Formular planes de acción para la gestión de la reputación y la respuesta a situaciones de crisis, teniendo en cuenta los riesgos previamente identificados y los principios éticos de la organización.

Criterios de desempeño
• Los planes de acción para la gestión de la reputación cumplen con la identificación de las estrategias y tácticas de respuesta a los riesgos comunicacionales.
• Los protocolos de respuesta a crisis corresponden con los principios éticos de la organización y la comunicación transparente con los públicos.
• La documentación de los planes de acción está acorde con su pertinencia y la articulación de responsabilidades y roles dentro del equipo.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Contexto de la competencia

• Recursos utilizados: Plataformas de monitoreo de medios y redes sociales; sistemas de análisis de riesgos reputacionales; registros de stakeholders y aliados estratégicos; protocolos de gestión de crisis comunicacional; herramientas de negociación y concertación interinstitucional; bases de datos de actores del ecosistema cultural, espiritual y comunitario; entornos digitales para la gestión de relaciones públicas

• Productos y resultados (evidencias): Mapas de riesgos comunicacionales elaborados y actualizados; estrategias de mitigación de riesgos implementadas; informes de gestión reputacional con indicadores verificables; alianzas y convenios documentados con actores clave; planes de relacionamiento institucional aplicados; evidencia de legitimación social y cultural de la oferta simbólica; registros de interacción positiva con públicos internos y externos

• Información requerida (referentes): Lineamientos técnicos de gestión de crisis y reputación institucional; referentes de buenas prácticas en relaciones públicas y comunicación estratégica; marcos de análisis de riesgos y sostenibilidad reputacional; criterios éticos y de responsabilidad social en la gestión de alianzas; directrices de comunicación simbólica aplicables al ecosistema de astrología y mancias.</td></tr>
<tr><td>2.4 Competencias Clave (Básicas y transversales)</td><td>Competencias Básicas
<table><tr><th>Competencia Comunicación (oral y escrita en lengua materna y una segunda lengua)</th><th>Duración</th></tr><tr><td>Comunicación (oral y escrita en lengua materna) en : Producción textual.- Comprensión e interpretación textual. - Ética de la comunicación, propias del área disciplinar relacionada con la cualificación.
Inglés - nivel B1 (competencia lectora): corresponde al nivel intermedio del Marco Común Europeo. Inglés - nivel</td><td>1 Crédito</td></tr><tr><th>Competencias en matemáticas</th><th>Duración</th></tr><tr><td>Competencias matemáticas en Pensamiento numérico y sistemas numéricos.- Pensamiento espacial y sistemas</td><td>1 Crédito</td></tr></table></td></tr>
</table>

geométricos. -Pensamiento métrico y sistemas de medidas, propias del área disciplinar relacionada con la cualificación	
Competencias en ciencias sociales y ciencias naturales	**Duración**
Competencias en ciencias sociales y ciencias naturales en Relaciones con la historia y la cultura. - Relaciones espaciales y ambientales.- Relaciones ético-políticas- Entorno vivo. - Entorno físico.- Relación ciencia, tecnología y sociedad, propias del área disciplinar relacionada con la cualificación.	0.5 Créditos
Competencias ciudadanas	**Duración**
Competencias ciudadanas en Convivencia y paz- Participación y responsabilidad democrática - Pluralidad, identidad y valoración de las diferencias propias del área disciplinar relacionada con la cualificación	0.5 Créditos

Competencias Transversales

Habilidades en el uso de las TIC		
Módulo	**Referente para el aprendizaje**	**Duración**
Gestionar información de acuerdo con infraestructuras, tecnologías y servicios disponibles en sistemas productivos pecuarios.	**RA1.** Clasifica grandes volúmenes de datos a partir de los criterios de procedencia y estructura **RA2**. Aplica técnicas en la captura y recuperación de datos de acuerdo con necesidades de información **RA3**. Identifica tendencias globales y patrones de los datos a partir de entornos de trabajo de datos masivos **RA4.** Selecciona técnicas de almacenamiento de datos en función de la arquitectura del modelo de minería de datos.	1 Crédito
Protección de Salud y el medio ambiente		
Módulo	**Referente para el aprendizaje**	**Duración**
Conservación del medio ambiente	**RA1.** Formula acciones de mitigación de riesgos ambientales según el plan de protección ambiental de la organización. **RA2.** Selecciona estrategias de protección ambiental según los riesgos identificados y la normativa ambiental vigente. **RA3**. Establece mecanismos de seguimiento del plan de protección ambiental acorde con los lineamientos de la organización.	0.5 Créditos

	RA4. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes.	
Cultura emprendedora y empresarial		
Módulo	**Referente para el aprendizaje**	**Duración**
Proponer ideas y buscar oportunidades	**RA1.** Aprovecha oportunidades que responden a retos y necesidades contrastando los intereses de los diferentes grupos de interés, experimentando y usando técnicas de aproximación y solución de problemas de manera creativa.	0.5 Créditos
Manejar recursos	**RA2**. Inspira a otros a trabajar duro en sus objetivos y obtener juntos los recursos necesarios a partir de la actividad de creación de valor.	
Educación financiera y económica	**RA3.** Construye indicadores financieros y emite concepto sobre el flujo de fondos requerido a partir de un proyecto complejo	
Pasar a la acción	**RA4.** Incorpora los objetivos de corto, mediano y largo plazo y redefine prioridades y planes de acción teniendo en cuenta las circunstancias cambiantes.	
Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	**RA5**. Compara las actividades de creación de valor basado en la evaluación de riesgos.	
Capacidad de innovación e investigación		
Módulo	**Referente para el aprendizaje**	**Duración**
Innovación y desarrollo	**RA1.** Explica los principios y conceptos que sustentan los procedimientos, procesos, sistemas y metodologías de la profesión **RA2.** Aborda desde nuevos enfoques los problemas y/o necesidades, planteando soluciones y alternativas que generen valor, de acuerdo con criterios de viabilidad establecidos **RA3.** Desarrolla procesos de mejoramiento de productos y servicios de su campo profesional	1 Crédito

		de acuerdo con requerimientos definidos, oportunidades de mercado y metodologías de desarrollo de productos y servicios **RA4:** Identifica y resuelve problemas en entornos nuevos o emergentes, de manera innovadora, dentro de contextos variados.	

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
CE01-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Diseñar la estrategia de comunicación externa e interna, de acuerdo con los objetivos de identidad institucional y los principios simbólicos del ecosistema organizacional.	
Duración créditos: 4	**Duración en horas:**
Resultado de aprendizaje 1. Definir el contexto comunicacional de una organización, a partir del análisis de su identidad, valores y entorno cultural-simbólico en los ejercicios de diagnóstico en aula.	
Resultado de Aprendizaje 2. Estructurar objetivos de comunicación y relacionamiento, de acuerdo con las estrategias de crecimiento organizacional trabajadas en los proyectos de simulación.	
Resultado de Aprendizaje 3. Planificar la articulación de mensajes, canales y públicos, teniendo en cuenta su relevancia, la coherencia ética y los principios simbólicos revisados en las actividades de taller.	
Resultado de Aprendizaje 4. Adoptar una postura de liderazgo ético y estratégico en la definición de la comunicación, según la misión de legitimar y visibilizar saberes simbólicos en los ejercicios de simulación institucional.	
CE02-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Gestionar la implementación de campañas y acciones comunicativas multicanal, teniendo en cuenta las características de los públicos objetivo, las narrativas del ecosistema y los entornos de circulación digital.	
Duración créditos: 6	**Duración en horas:**
Resultado de aprendizaje 5. Diferenciar criterios para la selección de recursos y canales de comunicación, a partir de las características de los públicos objetivo y las narrativas simbólicas discutidas en clase.	
Resultado de Aprendizaje 6. Proyectar la distribución de contenidos, de acuerdo con la planificación de campañas y los requerimientos de adaptación definidos en simulaciones de aula.	
Resultado de Aprendizaje 7. Establecer la interacción con los públicos, teniendo en cuenta el calendario editorial y los lineamientos de difusión trabajados en entornos digitales simulados.	
Resultado de aprendizaje 8. Asumir una actitud de liderazgo proactivo en la implementación de estrategias de comunicación, según el propósito de construir confianza y visibilidad en los ejercicios de proyectos colaborativos.	
CE03-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Verificar la coherencia narrativa y simbólica de los mensajes institucionales, según los marcos éticos del acompañamiento y los lineamientos comunicativos adoptados.	
Duración créditos: 2	**Duración en horas: 96**
Resultado de Aprendizaje 9. Identificar criterios de coherencia y validación ética, a partir de los lineamientos de identidad y los principios de transparencia analizados en el aula.	

Resultado de Aprendizaje 10. Gestionar procesos de revisión y validación de la comunicación, de acuerdo con criterios de consistencia narrativa, resonancia simbólica y lineamientos éticos aplicados en talleres de simulación	
Resultado de Aprendizaje 11. Promover una cultura de responsabilidad y coherencia comunicativa, según la necesidad de proteger la imagen institucional y la confianza de los públicos en el marco de debates y estudios de caso.	
CE04-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Ajustar los canales, formatos y estrategias de difusión, a partir de los resultados de las evaluaciones de alcance, retroalimentación del público y cambios en el contexto cultural o espiritual.	
Duración créditos: 2	**Duración en horas: 96**
Resultado de aprendizaje 12. Evaluar el impacto de la retroalimentación del público y las tendencias del entorno cultural, a partir de los datos de alcance y rendimiento trabajados en prácticas de análisis de medios.	
Resultado de Aprendizaje 13. Implementar ajustes estratégicos en campañas y mensajes, de acuerdo con las oportunidades de optimización identificadas en simulaciones de aula y ejercicios de validación.	
Resultado de Aprendizaje 14. Promover una cultura de adaptabilidad y mejora continua en la gestión de comunicación, según la respuesta de los públicos y los cambios del contexto analizados en clase.	
CE05-6-SEPC-ASM-12220-E-005: Gestionar la reputación y las relaciones estratégicas institucionales, a partir de la identificación de riesgos comunicacionales y la construcción de alianzas clave.	
Duración créditos: 2	**Duración en horas: 96**
Resultado de aprendizaje 15. Evaluar la relevancia estratégica del monitoreo comunicacional, a partir de la identificación de riesgos y generación de oportunidades en talleres de prospectiva y análisis de escenarios	
Resultado de Aprendizaje 16. Integrar la gestión de reputación y relaciones institucionales, de acuerdo con planes de acción construidos en el aula para la prevención de crisis y alianzas estratégicas.	
Resultado de Aprendizaje 17. Asumir una postura de liderazgo proactivo en el relacionamiento estratégico, teniendo en cuenta la necesidad de construir confianza y fortalecer la legitimidad de la organización en simulaciones de negociación y vocería.	

4. PARÁMETROS DE CALIDAD	
4.1 Docentes-formadores- tutores – personal administrativo	Los docentes responsables del proceso de enseñanza–aprendizaje de las competencias específicas en Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica deberán contar con una cualificación de nivel 6 o superior en el área de Servicios personales y a la comunidad o en áreas afines. Asimismo, deberán acreditar una experiencia laboral mínima de cinco (5) años en ocupaciones asociadas a esta cualificación, y experiencia docente de al menos dos (2) años en la planeación, desarrollo y evaluación de procesos formativos. Será requisito demostrar dominio de los conocimientos y técnicas propias de cada competencia específica, así como competencias pedagógicas, de innovación creativa y competencias transversales pertinentes al campo.

4.2 Ambientes de formación o de aprendizaje	Ambientes pluritecnológicos diseñados para el aprendizaje teórico-práctico, complementación o actualización relacionado con la formación de la Especialización Universitaria en Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica, lo más similar al espacio real de trabajo, dotado con los recursos utilizados y la información requerida en el ámbito del trabajo, descritos en el contexto de acción de la cualificación, y los recursos didácticos y tecnológicos necesarios para apoyar la consecución de los resultados de aprendizaje. Los ambientes de formación deben replicar las condiciones de trabajo propias del desempeño de la Especialización Universitaria en Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica, del nivel 6 del MNC. Los espacios deben cumplir con las normativas del sector y garantizar un ambiente seguro, higiénico y funcional para la práctica. Además, los entornos teóricos deben estar dotados de recursos tecnológicos que permitan el aprendizaje integral, conectando la teoría con la práctica.
4.3. Requisitos de ingreso o acceso	Para ingresar al Nivel 6 del MNC en la Especialización Universitaria en Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica de los programas de la vía de la Educación Formal se requiere el título de profesional universitario en áreas relacionadas con la Cualificación.
4.4. Regulación de la Profesión	Realizada la revisión legal sobre la regulación del desempeño de este perfil ocupacional, se encontró que no existe una norma que regule específicamente la profesión de Dirección de comunicación estratégica y proyección simbólica, aplicada al subsector de Astrología y Mancias en el nivel 6 del MNC. Lo que aplica son referentes generales de comunicación y relaciones públicas, junto con los principios éticos y de responsabilidad social que se adoptan desde las organizaciones o asociaciones de practicantes.