



UPB renueva su imagen y conserva su esencia y tradición

Bajo los valores bolivarianos de creatividad, pasión, compromiso y visión de futuro, la Universidad Pontificia Bolivariana es reconocida por la excelencia de sus graduados.

Para celebrar los 85 años de su fundación, la Universidad Pontificia Bolivariana renovó su imagen con base en colores y conceptos que proyectan la esencia y la tradición de la institución. Este cambio, evolución y complemento de la imagen tradicional carga consigo la historia y la adaptación retadora de la universidad en el contexto actual. Con la pandemia, uno de los aspectos que más cambiaron y retaron fue la relación estudiante-profesor, una transformación de cultura institucional, de la experiencia y el aprendizaje con los contenidos virtuales, las plataformas y la planeación curricular.

Si algo entendió y decidió reforzar la UPB fue esta relación y su atención se enfocó en los estudiantes, jóvenes que empezaron a dimensionar, en su normalidad, sus propias capacidades de autodirección del aprendizaje y la autonomía, un mayor liderazgo de su propio aprendizaje, el control de su proceso, sus tiempos, sus ritmos y su organización personal.

"Esta marca ha seguido a lo largo de la historia, se proyecta al futuro con creatividad e imaginación, con crear y recrear continuamente. Hoy tenemos una mirada de tradición e innovación, no renunciamos a nuestros principios, ni a nuestros valores, el Espíritu Bolivariano acompaña la razón de ser de nuestra universidad, pero la UPB mira también el futuro; hemos contemplado lo

que para nosotros no es renunciar a una marca, sino prolongarla en el tiempo con una innovación", expresa el presbítero Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, rector general de la UPB.

En un escenario de incertidumbres y cambios, las certezas y la flexibilidad se nutren del trabajo colectivo con los jóvenes de la Universidad para crear, imaginar y crear juntos los anhelos y la confianza para definir un concepto de crecimiento intelectual y personal, para potenciar capacidades desde la riqueza de saberes que ofrece la UPB. La Universidad Pontificia Bolivariana ha promulgado su manifiesto, consigna y eje transversal que se personifican en una nueva imagen, otros colores y una exclamación colectiva: UPB Sin Límites.

"La UPB es una organización comprometida con las personas, que busca ser relevante para los entornos donde tiene presencia. Parte importante de nuestra misión es contribuir al desarrollo social y cultural; por eso, como marca, queremos apalancarnos en la creatividad, el compromiso, la pasión y la visión de futuro de nuestra comunidad, valores que están en el Espíritu Bolivariano y que hoy son pilares de esta construcción de marca, para crear un futuro donde la educación sea una posibilidad para todo nuestro país. UPB Sin Límites es una invitación a potenciar las capacidades de las personas, a través de las oportunidades que brinda la Universidad", señala David Montoya, director de mercadeo UPB.

Publicidad, con sello UPB sin límites

El programa de Publicidad (SNIES 1180) de la UPB aporta su esencia profesional en el objetivo de que sus graduados puedan producir estrate-



LA UPB ES UN ESPACIO PARA CREER, IMAGINAR Y CREAR. UPB SIN LÍMITES.

gias que ayuden a las marcas a resolver temas de comunicación, pero a diferencia de otras universidades, su enfoque va hacia el consumidor.

"Nuestros profesionales salen muy fuertes en comportamiento del consumidor; nuestra gran fortaleza es tener de vecinos en la facultad los programas de Comunicación Social – Periodismo (SNIES 1192), Trabajo Social (SNIES 1193) y Psicología (SNIES 10164), esto nos diferencia en el enfoque de la publicidad en mercadeo. Contamos con un laboratorio de neurociencia y comportamiento del consumidor dotado de equipos de alta complejidad", comenta Ómar Muñoz Sánchez, decano de la Escuela de Ciencias Sociales.

De igual forma, por segundo año consecutivo, la Facultad de Publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana ha sido reconocida como la mejor de Colombia por el TopFICE 2019 y 2020, gracias al talento y la participación de sus estudiantes en distintos eventos.

El grupo de investigación en publicidad Epilión UPB ha sido categorizado en Minciencias como A1, el máximo nivel nacional en investigación. El mérito es que este grupo no fue comparado con equipos netamente publicitarios, sino encaminados en las ciencias sociales, es decir, agrupaciones de comunicación, sociología, antropología y psicología; este grupo cuenta con investigadores que han publicado artículos en revistas de alto impacto, lo que se conoce como Scopus Q1, Q2, Q3 y Q4, de referencia internacional.

La UPB es un patrimonio de Colombia. Actualmente, la Universidad consolida su presencia en el país con la acreditación institucional Multicampus, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional, que ha exaltado su fortaleza al contar con seccionales en Bucaramanga, Montería, Palmira y Bogotá. La nueva normalidad que vive el mundo –y, puntualmente, las universidades– formula el reto de ser protagonistas más activos, no solo para titulaciones o para ofertar programas de pregrado y posgrados, sino también como eslabones esenciales de una relación estratégica, de esa sinergia y ese diálogo permanente entre la universidad, la empresa, el Estado y la sociedad, que permita agregar valor en las relaciones y trabajo conjunto Sin Límites desde el talento con el que cuenta la UPB. ■

