

IDENTIFICACIÓN	
Apellidos y Nombres:	Gómez Montoya Paola Andrea
Red nacional (País):	Colombia
Ciudad:	Cali
Máxima titulación académica:	Candidata Doctora
Correo electrónico:	paogomez@gmail.com



TÍTULACIÓN ACADÉMICA

Titulación: Magíster en Educación y Desarrollo Humano Universidad: Universidad de Manizales y Centro Internacional de Niñez y Juventud País: Colombia Año de egreso: 2006
Titulación: Especialista en Publicidad Universidad: Universidad Jorge Tadeo Lozano País: Colombia Año de egreso: 2010
Titulación: Comunicadora Social y Periodista Universidad: Universidad de Manizales País: Colombia Año de egreso: 1998

PERFIL:

Comunicadora social y periodista, Especialista en Publicidad, Magíster en Educación y Desarrollo Humano, actualmente Candidata a Doctora en Comunicación. Diplomada en Gerencia de Mercadeo, Docencia Universitaria y Relaciones Públicas. Consultora empresarial en el diseño e implementación de estrategias en comunicación organizacional y publicidad. Con amplia trayectoria docente en pregrado y postgrado. El recorrido académico universitario se ha centrado en la investigación, la innovación, las tendencias, la publicidad social y la publicidad en la infancia. Integrante fundador de la Red Latinoiberoamericana de investigadores en publicidad "Relaip", coordinadora de su capítulo semilleros de investigación. Directora de la Fundación Muthesius (creativos e investigadores independientes).

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN I+D

Título del proyecto: FOMENTO DE NUEVAS PRÁCTICAS DE CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y VISIBILIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA QUE REPRESENTAN LOS RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS – RAEE – A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICITARIA QUE ARTICULA EL USO Y APROPIACIÓN SOCIAL DE LAS TIC. Universidad: Universidad Autónoma de Occidente Duración: 12 meses Año: 2013 Investigadores : Equipo de semillero de investigación en publicidad y comunicación
Título del proyecto: FOMENTO DE VALORES A CONSUMIDORES ESPECIALMENTE VULNERABLES A PARTIR DE LA PUBLICIDAD. Duración: 12 meses Año: 2012 Investigadores: Equipo de semillero de investigación en publicidad

Título del proyecto: TENDENCIAS Y ESTILOS DE VIDA DEL JOVEN UNIVERSITARIO A PARTIR DEL ESPACIO COTIDIANO DE SUS HABITACIONES. BAJO LA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN EN COOLHUNTER. INVESTIGACIÓN CENTRADA EN ESTUDIANTES DE PEREIRA Y CALI.
 Universidad: Universidad Autónoma de Occidente.
 Duración: 12 meses
 Investigador principal: Equipo de semillero de investigación en publicidad

PUBLICACIONES

Autores: Paola Andrea Gómez Montoya
 LOS SEMILLEROS UNIVERSITARIOS, UNA HERRAMIENTA FORMATIVA DE INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD. UNA EXPERIENCIA PARA CONOCER Y COMPARTIR. QUINTO ENCUENTRO RED LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES EN PUBLICIDAD-P.P 279-294 ALICANTES ESPAÑA 2016. COLECCIÓN MUNDO DIGITAL, DE LA REVISTA MEDITERRÁNEA DE COMUNICACIÓN. ISBN 978-84-6081879-3 CMD7 | Actas V Encuentro Internacional de Investigadores en Publicidad (RELAIP)

Autores: Paola Andrea Gómez Montoya
 CARTOGRAFÍA ANTAGÓNICA A LA PUBLICIDAD, UNA INVESTIGACIÓN DESDE EL AULA. REVISTA PUBLICIDAD | VOL. 4, Nº 1, 2015 | ISSN 2422-1619 (EN LÍNEA) | P.P. 13-45 | MEDELLÍN-COLOMBIA
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/publicidad/article/view/7677>.

Autores: Paola Andrea Gómez Montoya
 EL COOLHUNTING COMO HERRAMIENTA CUALITATIVA PARA LA INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD, REVISTA MAGAZÍN EMPRESARIAL, UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI Vol 9, No 20 (2013) REVISTA EN FÍSICO Y DIGITAL. ISSN 1692-2786
<http://revistas.usc.edu.co/index.php/magazin/article/view/274/246#.VMMf2yxvAXg>

TRABAJOS DE ESPECIALIZACIÓN DIRIGIDOS

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE ESTANDARIZA, DESDE UNA GUIA BÁSICA, LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA A TRAVÉS DEL BLOG EN UN ÁREA DEL CIAT. CAROLINA ACEVEDO, GIOVANA REBELO, LINA SALCEDO. 2015

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL, QUE OPTIMICE LOS PROCESOS DE INFORMACIÓN CON LOS ASOCIADOS, CASO FONDO DE EMPLEADOS FONDEX. DIANA FERNANDA MARULANDA, DIANA MARCELA VILLEGAS. 2015.

DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA, PARA FORTALECER EL DIRECCIONAMIENTO Y LA VISIÓN COMPARTIDA DEL EQUIPO DE TRABAJO EN LA AGENCIA DE PUBLICIDAD D-SIDE. JUAN PABLO DUQUE, JENNIFER VALDÉS, PAOLA PAREJA. 2015

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA QUE CREA CONFIANZA EN LOS USUARIOS PARA INCENTIVAR EL USO DE CANALES ELECTRÓNICOS. ANGELICA URBANO, ANDRÉS PUENTES, LUIS OSPINA. 2015

DESMOTIVACIÓN Y FALTA DE SENTIDO DE PERTENENCIA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA, CASO ESTACIÓN DE SERVICIO LA 23. JHOANA ÁLVAREZ, CARLOS GÓMEZ, STEFANY VALENCIA. 2015

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, PARA ENFRENTAR CRISIS EN UNA ORGANIZACIÓN FAMILIAR, ESTUDIO DE CASO AULA INFORMÁTICA. DIEGO GARCÍA, CAMILO HURTADO, DIANA OROZCO. 2015

DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, PARA LA DIVULGACIÓN DE LOS PROYECTOS DE LA FUNDACIÓN PROPAL, A UN GRUPO BENEFICIADO DEL MUNICIPIO DE PUERTO TEJADA. PAOLA JIMÉNEZ, IVAN COTAZO 2015

OPINIONES DE LOS COLABORADORES DEL CIAT SOBRE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA CENTRADAS EN MEDIOS Y CONTENIDOS QUE SE HAN IMPLEMENTADO EN EL ÚLTIMO AÑO EN LA SEDE PRINCIPAL CALI. SYLVIA MARÍA PINEDA RAMOS. 2017

<p>CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL SENTIDO DE PERTENENCIA DE LOS COLABORADORES, CASO INNOVALL GROUP SAS NADIA MELISSA GARRIDO PATIÑO VIVIANA MARCELA LLANOS GÓMEZ. 2017</p>
<p>DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR PROCESOS FORMALES DE INFORMACIÓN QUE BENEFICIE EL TRABAJO COLABORATIVO DE LOS EMPLEADOS DE DROGUERÍAS ALIANZA DE OCCIDENTE S.A VALERIA BANGUERO RUBIO.2017</p>
<p>DISEÑO DE CAMPAÑA COMUNICATIVA INTERNA PARA FORTALECER EL SENTIDO DE PERTENENCIA Y EL TRABAJO EN EQUIPO ENTRE LOS COLABORADORES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA, SEDE POPAYÁN.LEANDRO JOSÉ GIL VILLAQUIRÁN ,MARÍA CRISTINA COLLAZOS HERNÁNDEZ. 2017</p>
<p>DISEÑO DE UNA GUÍA BÁSICA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER LA VISIÓN COMPARTIDA DESDE LA DIMENSIÓN ESTRATÉGICA DE ALUMINA S.A. JAZMÍN REYES BOHÓRQUEZ,NIKOLL ECHEVERRY RESTREPO. 2017</p>
<p>DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR UNA APROPIACIÓN DE LA CAMPAÑA DE SERVICIOAL CLIENTE “LO MEJOR DE MI” DEL GRUPO SALA EN LA EMPRESAMETROPOLITANA DE ASEO DE CALI EMAS. MANUEL ALEJANDRO SENDOYO. 2017</p>
<p>DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN CON LOS ASOCIADOS DE COPROCENVA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LEIDY JOHANNA PRIETO MELO.2017</p>

OTROS MÉRITOS

<p>Directora del Programa Prensa Escuela - periodista área locales y editora del periódico infantil PatriaChica del periódico regional LA PATRIA. Además de la publicación infantil, escribió decenas de artículos relacionados con la educación, niñez y juventud.</p> <p>Creadora y promotora de semilleros de investigación en el área de Publicidad, en: Universidad Católica de Manizales, Universidad Autónoma de Occidente, Universidad Santiago de Cali y en la Red LatinoIberoamericana de Publicidad.</p> <p>Directora de un centenar de trabajos de grado en programas de comunicación, publicidad y mercadeo con 20 años de experiencia docente.</p> <p>Mejor docente de publicidad en la ciudad de Cali, finalista en la primera versión de mejor docente nacional en publicidad 2016. Mención realizada por la Revista Publicidad y Mercadeo P&M 2017 (la revista más importante del país en el sector).</p> <p>Creadora del evento Diversa Universitaria, con distinción al Mejor proyecto creado con impacto social de la Facultad de Comunicación y publicidad. Extensión y proyección social de la Universidad Santiago de Cali por “diversa universitaria”. 2016.</p> <p>Reconocimiento por el aporte pedagógico y metodológico para la realización del laboratorio de creación y circulación de contenidos digitales de las manifestaciones culturales en torno al festival “Petronio Álvarez” Petronio en clave digital. Ministerio de cultura. 2016</p>
