UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

Universidad de los Llanos
Plan institucional de comunicaciones

MACROPROCESO	ESTRÁTEGICOS	**Código**	
PROCESO	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	**Versión**	
POLÍTICA DE COMUNICACIONES	La Comunicación en la Universidad de los Llanos, estará orientada a coadyuvar al cumplimiento de los fines, estrategias y objetivos institucionales propuestos en el PEI, PDI y en el Estatuto General de la Universidad, a partir del fomento de una cultura de comunicación institucional, como actividad articuladora que promueva la implementación coherente y racional de sus procesos y los respectivos medios; enfocada al fortalecimiento de la identidad institucional y a la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad, a través del establecimiento de canales y espacios de comunicación de doble vía que fortalezcan las relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos, la Universidad y los actores de su entorno, en los cuales prevalecerá la inclusión, la descentralización, la participación y la vida democrática, como elementos que caracterizan el sistema educativo colombiano		
OBJETIVO:	Definir estrategias, objetivos y acciones referentes a la gestión integral de la comunicación en la Universidad de los Llanos, que permitan articular la información y comunicación con sus públicos y partes interesadas, obteniendo un mejoramiento desde el área, que redunde en la articulación y avance de todos los procesos para cumplir los objetivos institucionales.	**Vigencia**	

Estrategia	MECI	Objetivo	Acciones y metas	Grupo de Interés	Responsables	Evaluación	Estimado de inversión y recursos	Oct.	Noviemb.				Diciembre				1er trim. 2013		
								4	1	2	3	4	1	2	3	4	E	F	M
Fortalecimiento de la comunicación institucional interna acorde al modelo de gestión de la Universidad	**Comunicación organizacional e informativa**	Fortalecer el proceso de la comunicación institucional a través de medios y espacios que optimicen el manejo de la información y la difusión de noticias, políticas y aspectos relacionados a la identidad e imagen corporativa, y la plataforma estrategica de la institución.	1.Elaboración y publicación de boletín interno con periodicidad mensual. Distribución virtual a la base de datos de correos institucionales y a través de la página web. Se promocionará a través de las carteleras. Primará la información de cáracter institucional canalizada desde las jefaturas o direcciones académicas o administrativas. Noviembre - diciembre 2012, 2 publicaciones.	Comunidad universitaria	Nelcy Ladino Ojuela / Juan Carlos Beltrán. 2.	Número de descargas y correos enviados y confirmados	No generá gastos adicionales a la contratación de los profesionales encargados NGGA			x			x						
			Actualización de las carteleras instaladas en las diferentes sedes de la Universidad, teniendo en cuenta las directrices del manual de comunicaciones. Se mantendrá informado a los públicos internos sobre normativas, determinaciones de la administración, actualización de procedimientos, entre otras noticias de esta índole. 1 vez al mes.	Comunidad universitaria	Archivo y correspondencia y comité comunicaciones (Nelcy Ladino)	Evidencia del material utilizado, y de las dos actualizaciones propuestas para lo que queda del año	Adaptación y arreglo de las actuales estructuras, impresiones, papelería			X			x						
			1. Diseño y producción de un vídeo institucional que refleje qué es la Universidad, su filosofía, políticas, objetivos, organigrama, líderes, mapa de procesos y modelos de gestión. Servirá para presentar de forma creativa la organización en jornadas de inducción y re inducción, seminarios, talleres y reuniones internas. Tendrá fácil acceso para que esté a disposición de cualquier miembro de la comunidad universitaria. 2. Estructuración, diseño y publicación de una cartilla virtual sobre la Universidad, su funcionamiento, directivos, planes, políticas, mapa de públicos, flujos de información, aspectos más representativos de la entidad que contribuyan a generar sentido de pertenencia y apropiación en los públicos internos especialmente etc.	Comunidad universitaria	Comunicaciones/ Diseñador, apoya FCBI	1.Listas de asistencias en las reuniones en las que se presente. Formato diligenciado de recibido departe de decanos, directores de programa y oficinas. 2.Número de descargas y correos enviados	1.900.000						x				x	
			Publicación y difusión de la cartilla¿Sabias qué? , como una herramientas que permita a la comunidad académica unillanista, familiarizarse temas relacionados al proceso de Aseguramiento de la Calidad, (acreditación de programas y por consiguiente a la acreditación institucional)	Comunidad universitaria	Acreditación y planeación	Publicación y formatos diligenciados de distribución.	Impresiones/ Presupuesto acreditación	Bienal											
			Actualización permanentemente de la página web institucional: Calendario de actividades, eventos y slide de noticias.Información generada por cada una de los procesos académicos y administrativos. Se destacan logros, actividades, avance de proyectos y programas. Deben ser mínimo 5 notas semanales.	Comunidad universitaria ,partes interesadas y ciudadanía en general	Comunicaciones/ Sistemas	Número de publicaciones por mes. Base de datos Acces	1.500.000	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x
			Capacitación a funcionarios sobre competencias comunicativas, comunicación organizacional y comunicación interna, de manera que se afiancen los espacios de diálogo y aprendizaje sobre la importancia de la comunicación y los elementos . Incluir 3 talleres en plan de capacitaciones	Funcionarios	Oficina de Servicios Administrativos y Talento Humano, apoya Comunicaciones	Número de asistentes a las capacitaciones e informe de visitas a oficinas conociendo las percoeciones de las personas capacitadas	Refrigerios, rubros destinados a capacitación									x		
Aprovechamiento y optimización de los medios para la comunicación de la información institucional y académica en forma amplia, oportuna y transparente	**Comunicación informativa, ciudadana y medios de comunicación** ***Stakeholders internos, externos y partes interesadas***	Proyectar y difundir de manera oportuna, amplia, imparcial y transparente el quehacer de la Universidad, su funcionamiento, gestión resultados, e información de interés general, con con un enfoque a la construcción de lo público , la generación de confianza y la participación ciudadana, a través de los medios de comunicación internos y externos	Realización y publicación del periodico institucional De Cara a la Sociedaad, como un medio de información propio de la Universidad, en el que intervienen miembros de la comunidad universitaria y en el que se exponen diferentes temáticas relacionadas a lo académico y la gestión administrativa de la Universidad. Elaboración de 5 ediciones, +o- 16 páginas, 2. mil ejemplares, con distribuición en todas las áreas de la Universidad, en los comités y redes en los que hay representación institucional, en los Ceres y alojado en el enlace de comunicaciones. Proyectar a insertar al menos 1000 ejemplares en el periódico Llano 7 días.	Comunidad universitaria, partes interesadas y sociedad en general	Comunicaciones	Listas de distribución, registro de correos enviados con la versión digital, compilaado de todas las ediciones	11.500.000		x				x				x	
			Emisión de boletines y comunicados de prensa a través de la página web, distribuido a la base de datos de correos electrónicos de medios regionales y ncionales. Información instit ucional y académica, eventos, actividades, servicios, convenios, etc. En las situaciones que amerite informar a la comunidad con inmediatez sobre direccionamientos y desiciones de la alta dirección se expedirá los comunicados oficiales. Se realizarán mínimo 60 boletines al año y se complementará cuando sea necesario con un informes radial. En cuanto a los comunicados se expedirán de acuerdo a requerimientos de la Secretaría General, el Consejo Superior o la Rectoría.	Comunidad en general	Secretaria General y Comunicaciones	Número de descargas y de envíos. Archivo de los boletines y correos enviados, registro fotográfico, audios	NGGA	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
			Diseño y realización del programa radial De Cara a la Sociedad. 40 emisiones al año . Horario los viernes de 7 a 8 am a través de Exitosa Stereo 107.8 F.M, y por el real audio www.exitosastereo.com. En el portal de la Universidad, en el link de comunicaciones, se alojarán los pod cast de los programas, y en la emisora virtual de la Universidad, se repetirán los archivos de la semana. El contenido del programa comprenderá las noticias más importantes que se generan en la Institución sobre estudiantes, docentes, egresados. los grupos de investigación, la gestión de la administración, y datos de interés para la ciudadanía, entre otros. Dentro de las secciones Tendrá una sección Habla la rectoría en la que se informa sobre los avances de gestión y desarrollo de proyectos. Todos los últimos viernes de cada mes, la transmisión se realizará desde una de las sedes de la Universidad con el objetivo de motivar la participación de la comunidad universitaria y del público en gral.	Comunidad universitaria y en general	Comunicaciones	Archivo de audios y publicaciones en web	1.500.000	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
			Producción y emisión de cuñas, promociones y material audiovisual que den a conocer los servicios, eventos, oferta académica y de extensión y campañas institucionales de la Universidad	Comunidad universitaria y en general	Comunicaciones	Copia del material producido, certificación de emisión en emisoras, cines, periódicos	2.000.000			x			x			x		
			Aprovechamiento de los espacios con los que cuenta la universidad en el Canal Universitario Nacional Zoom y a través del Canal Youtube UMU Unilanos para emitir la producción audiovísual que proyecta los avances de la ientidad en sus áreas misisonales. Publicación de todos las series y documentos audiovisuales (Actualización de 1 vídeo de los programas de grado. Realizar 1 comercial de programas de grado. Actualizar comercial de especializaciones y maestrías. 1 vídeo de servicios institucionales.)	Comunidad académica, público en general	Comunicaciones	Certificación de emisión suministrada por Zoom	18.000.000			x								x	
			Consecución de espacios y publicaciones en medios de comunicación local, regional y nacional en los que se destaquen aspectos positivos de la entidad y que genere información e interés sobre el quehacer de la Universidad, su funcionamiento, gestión, resultados ,dinámica institucional y servicios. (Free Press). 1 publicación mensual sobre investigación, eventos académicos y proyectos de impacto. 3 publicaciones positivas mensuales (radio, prensa, tv, web). Agenda de medios 1 vez al semestre.	Comunidad académica, ciudadanía y las partes interesadas	Comunicaciones/ Asesor externo	Recortes, print page, informe con las evidencias (grabaciones, artículos, etc) Base de datos Acces/ seguimiento a medios	NGGA	x	x	**x**	x	x	x	x	x	x	**x**	x
			Actualización permanentemente las redes sociales en las que está vinculada la institución. Utilizar este medio como herramienta para incentivar la participación ciudadana en las acividades, espacios de concertación, y rendición de cuentas. Actualización mínimo 3 veces por semana. Aumentar en un 100% el número de seguidores	Comunidad en general	Comunicaciones	Reportes de las actualizaciones semanales que emite Facebook e informe de los movimientos del twitter	Horas de monitorias	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

			Fomento del uso de los foros y del chat, alojado en el portal web institucional, como espacio de participación ciudadana orientadas a conocer las propuestas, inquietudes, sugerencias, brindar información oportunamente y facilitar procesos de los grupos de interés y las partes interesadas. 2 talleres por semestre que involucren al menos un 10% de la comunidad universitaria. 1 noticia mensual con su respectivo pod cast publicada en página web y en redes sociales que haga referencia al tema.	Comunidad en general	Oficina de Sistemas / Comunicaciones Nelcy Ladino Orjuela	Registros de asistencia a las capacitaciones y noticias publicadas o menciones emitidas sobre el tema, copias de las noticias publicadas en web	Papeleria			x								x	
			Diseño y realización de material publicitario y de comunicación para promocionar y promover la participación en la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas. Divulgación de los mecanismos de participación. Invitación para redes sociales, vídeo de presentación, afiches, cuñas, informes radiales, agenda de medios.	Comunidad en general	Oficina de planeación, comunicaciones, proyección social	resistro de visitas, informe de actividades, certificación de emisión de contenidos.	8.000.000												x

LÍDER DE PROCESO	Hernando Parra Cuberos- Secretario General	Comité de comunicaciones
ELABORÓ	Marcela Blanco Rodríguez- Profesional de apoyo Dirección General de Proyección Social	
REVISÓ		