



Objetivo:	Consolidar un sistema de información y comunicación institucional confiable, eficaz, con indicadores claros y de conocimiento público que permita un relacionamiento proactivo con su comunidad interna y con el sector externo.
Descripción:	En la Universidad de los Llanos se ha reconocido la importancia de generar estrategias, planes y diseños de comunicación en áreas relacionadas a la Universidad que permitan resaltar el trabajo que adelanta la institución de acuerdo a sus funciones y procesos misionales establecidos, lo cual conlleva a continuar con el desarrollo y el fortalecimiento de las acciones para mejorar el flujo de la comunicación interna de los estamentos y grupos de interés, impactando y exaltando la marca Unillanos. Es de conocimiento que la Universidad de los Llanos está en constante crecimiento en oferta académica de pregrado y posgrado, registrando en el 2022 una comunidad Unillanista de más de 27.000 personas de los diferentes estamentos, que inciden en el desarrollo de la región y el país. Además, el desafío que representa ser una institución de orden nacional acreditada en alta calidad, exige la necesidad de fortalecer la comunicación institucional, ampliar la capacidad de alcance del proceso comunicacional a través de acciones y estrategias innovadoras que permitan seguir posicionando a la Universidad de los Llanos a sus públicos de interés. Es evidente que una de las consecuencias o resultados de una adecuada comunicación y sinergia interna, impacta en la comunicación externa de la Institución. Se refleja la necesidad de analizar y comprender el alcance obtenido desde el área de comunicación institucional en vista de los cambios constantes en los medios y canales de comunicación actuales y en el impacto de los mismos. Es una necesidad fundamental en la institución exponer su gestión, proyección, logros y demás temas del ámbito académico que se realiza en su interior del mismo modo como lo son sus procesos misionales de docencia, investigación y proyección social. El trabajo realizado en el marco de la comunicación institucional, plantea la necesidad de fortalecer la marca de la "Universidad de los Llanos", mediante la apropiación de la identidad regional acorde al Plan de Desarrollo Institucional PDI 2022-2030. También, acoger acciones pertinentes a los cambios mediáticos, con la intención de mejorar el alcance de la comunicación de manera integral para favorecer al posicionamiento de la Universidad con la comunidad interesada. Por otra parte de conformidad con lo establecido en las recomendaciones del Consejo Nacional de Acreditación en necesario que la Universidad propenda por la gestión integral de los medios de comunicación con el propósito de aumentar la visibilización de la institución en la región. Por esta razón se hace necesario ejecutar un plan de comunicaciones que proyecte la Universidad entre las partes interesadas.
Líder del proceso:	Giovanny Quintero Reyes - Secretario General Universidad de los Llanos

Estrategias	Meta o producto	Objetivo	Descripción	Periodicidad	Quién comunica	Población objetivo	Indicador	Registro	Medios de Comunicación	Costo
Componente Comunicación Interna	Boletín "El Unillanista"	Informar a la comunidad universitaria sobre las diferentes actividades, acontecimientos, hechos noticiosos, temas institucionales, entre otros temas de interés de la Institución"	Difundir a través del correo institucional de estudiantes, docentes y administrativos, el boletín "El Unillanista" con la información institucional y noticiosa	1 vez por semana	Estamentos de la institución	Estudiantes Docentes Administrativos	Número de boletines programados/Número de boletines enviados	Boletines en correo electrónico boletin.interno@unillanos.edu.co	Correo electrónico institucional	\$
	Correos masivos	Informar a la comunidad interna sobre temas institucionales y/o administrativos que requiera ser enviado a un publico específico (Docentes, estudiantes, funcionarios)	Entregar información institucional pertinente y específica a través de los correos institucionales, solicitada por alguna oficina, dependencia o unidad académica.	De acuerdo a solicitud	Solicitante	Estudiantes Docentes Administrativos	De acuerdo a solicitud	Información enviada a través del correo comunicaciones@unillanos.edu.co	Correo electrónico institucional	\$
	Acercamiento de la comunidad universitaria a la razón de ser de la Institución	Divulgar información realacionada a planes institucionales y sistemas de gestión.	Entregar información institucional sobre los planes como el (PAI, PDI, PEI) Y sistemas de gestión (ambiental ,calidad) a través de las canales de comunicación pertinentes de la Universidad.	Quincenal	Rectoría, Vicerrectorías, y Oficina de Planeación	Estudiantes Docentes Administrativos	Número de piezas y/o notas (escritas, video) proyectadas / Número de piezas realizadas y/o notas (escritas, video)	Piezas y/o notas (escritas, video) realizadas y enviadas	* Correo electrónico institucional (Unillanista) * Redes sociales institucionales: Facebook, Instagram, Linkeid, Tiktok y estados de whatsapp	\$
	Oferta de Bienestar Institucional	Dar a conocer las diferentes actividades, planes y programas de participación	Desarrollar contenido en diferentes formatos a través de los cuales se invite a la comunidad universitaria a participar de las actividades, planes o programas que se contemplan desde la Oficina de Bienestar Institucional	De acuerdo a solicitud	Áreas adscritas a la Oficina de Bienestar Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos	De acuerdo a solicitud	Piezas y/o notas (escritas, video) realizadas y enviadas	* Correo electrónico institucional (Unillanista) * Redes sociales institucionales: Facebook, Instagram, Linkeid, Tiktok y estados de whatsapp	\$
Componente Comunicación Externa	Unillanos al Día	Informar a la comunidad universitaria sobre las diferentes actividades, acontecimientos, hechos noticiosos, temas institucionales, entre otros de interés de la institución educativa, a través de formato audiovisual.	Producción y difusión de notas informativas audiovisuales a la comunidad interna y externa de la institución con una duración maximo 2 minutos en formato audiovisual	1 vez por semana	Estamentos de la institución	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Comunidad en general	Número de videooclip proyectados / Número de videooclip realizados	Videos en Instagram y Facebook	Cuenta oficial de instagram y facebook	\$
	Ponga Cuidado	Resolver y dar claridad a las inquietudes de todos los usuarios internos y externos de la Universidad, en cuanto a procesos, trámites, solicitudes y servicios.	Formato diseñado para resolver inquietudes que se generan en las redes sociales por parte de todos los usuarios que pertenecen tanto al público interno, externo y ciudadanía en general. El programa será transmitido a través de Instagram.	Quincenal	Administrativos Docentes	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Comunidad en general	Número de transmisiones proyectadas / Número de transmisiones registradas	Videos/reels en Instagram	Cuenta oficial de instagram	\$
	Rotativo de la página web (Sala de prensa)	Comunicar sobre los eventos y actividades que se llevan a cabo en la Universidad, informar sobre la oferta académica, dar a conocer las actividades institucionales y temas de interés.	Realizar textos y notas periodísticas, acompañadas de una imagen y publicarlas en el slide principal de noticias.	A solicitud	Estamentos de la institución	Estudiantes, docentes, administrativos, periodistas, ciudadanía y comunidad en general.	Número de notas propuestas / Número de notas publicadas	Notas publicadas en la página web.	Página web de la Universidad.	\$
	Boletín de prensa	Informar sobre hechos noticiosos, logros, metas, reconocimientos, temas académicos, de investigación y proyección social, importantes sobre el quehacer de la institución.	Realizar cubrimiento periodístico, recoger la información de las diferentes fuentes (directivos, decanaturas, unidades académicas y de servicios institucionales), eventos y demás actividades. Redactar y divulgar a medios y periodistas locales y regionales.	2 veces por semana	Estamentos de la institución	Periodistas y medios de comunicación locales y de la región.	Número de boletines establecidos / Número de boletines divulgados	Boletines enviados a través del correo comunicaciones@unillanos.edu.co	*Correo electrónico	\$
	Revista Contexto (Apoyo en redacción y generación de contenido)	Informar sobre temas académicos, proyección social, investigación e institucionales	Apoyar en el cubrimiento periodístico, recopilar información de las fuentes de investigación, academia y proyección social de acuerdo a la 'Revista Contexto' de la Dirección General de Proyección Social.	Por solicitud	Estamentos de la institución	Periodistas y medios de comunicación locales y de la región y ciudadanía en general	Número de revistas establecidas/Número de revistas divulgadas	Revistas enviados a través del correo comunicaciones@unillanos.edu.co	* Correo electrónico	\$



Objetivo: Consolidar un sistema de información y comunicación institucional confiable, eficaz, con indicadores claros y de conocimiento público que permita un relacionamiento proactivo con su comunidad interna y con el sector externo.

Descripción: En la Universidad de los Llanos se ha reconocido la importancia de generar estrategias, planes y diseños de comunicación en áreas relacionadas a la Universidad que permitan resaltar el trabajo que adelanta la institución de acuerdo a sus funciones y procesos misionales establecidos, lo cual conlleva a continuar con el desarrollo y el fortalecimiento de las acciones para mejorar el flujo de la comunicación interna de los estamentos y grupos de interés, impactando y exaltando la marca Unillanos. Es de conocimiento que la Universidad de los Llanos está en constante crecimiento en oferta académica de pregrado y posgrado, registrando en el 2022 una comunidad Unillanista de más de 27.000 personas de los diferentes estamentos, que inciden en el desarrollo de la región y el país. Además, el desafío que representa ser una institución de orden nacional acreditada en alta calidad, exige la necesidad de fortalecer la comunicación institucional, ampliar la capacidad de alcance del proceso comunicacional a través de acciones y estrategias innovadoras que permitan seguir posicionando a la Universidad de los Llanos a sus públicos de interés. Es evidente que una de las consecuencias o resultados de una adecuada comunicación y sinergia interna, impacta en la comunicación externa de la Institución. Se refleja la necesidad de analizar y comprender el alcance obtenido desde el área de comunicación institucional en vista de los cambios constantes en los medios y canales de comunicación actuales y en el impacto de los mismos. Es una necesidad fundamental en la institución exponer su gestión, proyección, logros y demás temas del ámbito académico que se realiza en su interior del mismo modo como lo son sus procesos misionales de docencia, investigación y proyección social. El trabajo realizado en el marco de la comunicación institucional, plantea la necesidad de fortalecer la marca de la "Universidad de los Llanos", mediante la apropiación de la identidad regional acorde al Plan de Desarrollo Institucional PDI 2022-2030. También, acoger acciones pertinentes a los cambios mediáticos, con la intención de mejorar el alcance de la comunicación de manera integral para favorecer al posicionamiento de la Universidad con la comunidad interesada. Por otra parte de conformidad con lo establecido en las recomendaciones del Consejo Nacional de Acreditación en necesario que la Universidad propenda por la gestión integral de los medios de comunicación con el propósito de aumentar la visibilización de la institución en la región. Por esta razón se hace necesario ejecutar un plan de comunicaciones que proyecte la Universidad entre las partes interesadas.

Líder del proceso: **Giovanny Quintero Reyes - Secretario General Universidad de los Llanos**

Estrategias	Meta o producto	Objetivo	Descripción	Periodicidad	Quién comunica	Población objetivo	Indicador	Registro	Medios de Comunicación	Costo	
	Promoción de oferta académica "Vive tu futuro en Unillanos"	Divulgar y dar a conocer la oferta académica de la institución	Realizar piezas gráficas, audiovisuales, cuñas radiales y notas periodísticas para pautar en medios locales y regionales	2 veces al año	Programas académicos	Comunidad externa	Número de campañas establecidas / Número de campañas pautadas	Pauta realizada y pagada	Medios radiales, medios digitales, escritos y Google Ads.	\$ 105.000,00	
	Promoción Institucional en Redes sociales propias	Divulgar los programas académicos ofrecidos en la Universidad y su impacto en la sociedad	Realizar contenido en diferentes formatos que den a conocer la oferta académica, la importancia de los programas, el impacto en la región, las razones para estudiar en la Unillanos	2 veces al año	Programas académicos	Comunidad externa, prospectos de clientes	Número de campañas establecidas / Número de campañas pautadas	Pauta realizada y pagada	Cuentas oficiales de la Universidad según criterio (facebook, instagram)	\$ 10.000,00	
Componente Identidad Visual	Actualización del Manual de Identidad visual	Actualizar la imagen corporativa, de acuerdo a la tendencia del mercado y los parámetros de identidad institucional con el fin de generar un impacto social en la imagen de nuestra institución	Renovar la línea gráfica del Manual de Identidad Visual (logotipo, caligrafía, color institucional, entre otros).	1 al año	Comunicación Institucional	Comunidad Unillanista	Numero de documento elaborado	Publicación en web del Manual Actualizado	Página web Documento de Manual de Identidad Visual		
	Así se luce la Corocora	Sensibilizar sobre el uso del Manual de Identidad Visual (logotipo, caligrafía, color institucional, entre otros). Sensibilizar sobre la identidad Corporativa	Dar a conocer los elementos que componen el Manual de Identidad Visual, uso adecuado de los símbolos, signos y elementos institucionales a través de una campaña llamada "Así se luce la Corocora" por medio de contenidos en diferentes formatos	semanalmente, el último trimestre del año	Comunicación Institucional	Estudiantes, docentes, administrativos	Piezas (diseños, videos) programados / Piezas (Diseños/ videos) publicados	Piezas (Diseños/ videos) publicados	Boletín Interno, facebook, instagra, tiktok, linkeid.	\$	
	Actualización de la plantilla para presentaciones institucionales	Dar una nueva imagen a las presentaciones de diapositivas institucionales el uso de los estamentos	Actualizar las plantillas de presentaciones para el uso de los estudiantes y la plantilla de administrativos/ docentes. Con el fin de ajustarla a la actualización del manual de identidad visual y mejorar su utilización, adicional a incluir una guía practica dentro de este mismo documento		1 en el año	Comunicación Institucional	Estudiantes, docentes, administrativos	Numero de Plantillas y guía programado/ número de plantillas y guía publicado	Publicación en página web y envío por correos institucionales desde comunicaciones@unillanos.edu.co	Página web y correo institucional	
Componente Comunicación Digital	Visibilización en redes sociales	Informar sobre los acontecimientos noticiosos de la institución, logros, eventos y actividades que se realizan, sensibilizar sobre los procesos que se adelantan	Realizar fotografías, reels, historias, videos, etc. Con información del quehacer institucional y publicarlas a través de las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, Twitter, tiktok, LinkIn), información de interés para la comunidad en general	a Solicitud	Estamentos de la institución	Comunidad en general (externa e interna)	Según necesidad de información	Notas informativas publicadas	Facebook Instagram Twitter		
	#UnDíaEnLaU	Visibilizar los espacios, ambiente e infraestructura de la Universidad	Fotografías de la comunidad universitaria en diferentes espacios en sus actividades cotidianas. De esta manera también mostrar las diferentes áreas de la Universidad.	1 por semana	Administrativos Docentes	Comunidad en general (externa e interna)	Número de publicaciones programadas / Número de publicaciones realizadas	Publicaciones realizadas	Instagram	\$	
	Podcast	Brindar contenido informativo y de interés sobre la Universidad de los Llanos	Realizar productos en formato de audio tipo podcast		Mensual	Estamentos de la institución	Comunidad interna y externa	Número de podcast propuestos / Número de podcast realizados	Podcast publicados	* Plataforma digital * Redes sociales	\$
	Aula Magazine	Realizar un programa audiovisual con capsulas informativas, noticias, temas de interes general, logros institucionales, etc	Dar a conocer a través de un programa en video de 30 minutos aproximadamente temas universitarios sobre investigación, internacionalización, personajes, opinómetros, logros y demás temas de interés general		Mensual	Estamentos de la institución	Comunidad en general (externa e interna)	Número de Programas grabados/ número de programas transmitidos	Transmisiones por Facebook	Cuenta oficial de facebook	
	#UniLlanosTikTok	Mostrar la universidad, los espacios, clases, actividades, datos curiosos y temas interesantes a través de videos cortos	Realizar videos entre 15 seg y 10 minutos donde se muestre la universidad desde una perspectiva amigable con lenguaje coloquial		Minimo 3 a la semana	Estamentos de la institución	Comunidad en general (externa e interna)	Videos programados / videos publicados	Publicaciones en tiktok	Cuenta oficial de Tiktok	





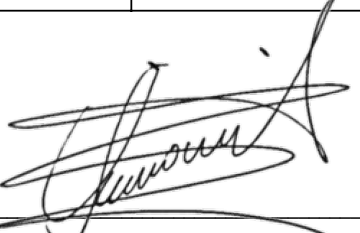
Objetivo:	Consolidar un sistema de información y comunicación institucional confiable, eficaz, con indicadores claros y de conocimiento público que permita un relacionamiento proactivo con su comunidad interna y con el sector externo.
Descripción:	<p>En la Universidad de los Llanos se ha reconocido la importancia de generar estrategias, planes y diseños de comunicación en áreas relacionadas a la Universidad que permitan resaltar el trabajo que adelanta la institución de acuerdo a sus funciones y procesos misionales establecidos, lo cual conlleva a continuar con el desarrollo y el fortalecimiento de las acciones para mejorar el flujo de la comunicación interna de los estamentos y grupos de interés, impactando y exaltando la marca Unillanos.</p> <p>Es de conocimiento que la Universidad de los Llanos está en constante crecimiento en oferta académica de pregrado y posgrado, registrando en el 2022 una comunidad Unillanista de más de 27.000 personas de los diferentes estamentos, que inciden en el desarrollo de la región y el país.</p> <p>Además, el desafío que representa ser una institución de orden nacional acreditada en alta calidad, exige la necesidad de fortalecer la comunicación institucional, ampliar la capacidad de alcance del proceso comunicacional a través de acciones y estrategias innovadoras que permitan seguir posicionando a la Universidad de los Llanos a sus públicos de interés. Es evidente que una de las consecuencias o resultados de una adecuada comunicación y sinergia interna, impacta en la comunicación externa de la Institución.</p> <p>Se refleja la necesidad de analizar y comprender el alcance obtenido desde el área de comunicación institucional en vista de los cambios constantes en los medios y canales de comunicación actuales y en el impacto de los mismos. Es una necesidad fundamental en la institución exponer su gestión, proyección, logros y demás temas del ámbito académico que se realiza en su interior del mismo modo como lo son sus procesos misionales de docencia, investigación y proyección social.</p> <p>El trabajo realizado en el marco de la comunicación institucional, plantea la necesidad de fortalecer la marca de la "Universidad de los Llanos", mediante la apropiación de la identidad regional acorde al Plan de Desarrollo Institucional PDI 2022-2030. También, acoger acciones pertinentes a los cambios mediáticos, con la intención de mejorar el alcance de la comunicación de manera integral para favorecer al posicionamiento de la Universidad con la comunidad interesada.</p> <p>Por otra parte de conformidad con lo establecido en las recomendaciones del Consejo Nacional de Acreditación en necesario que la Universidad propenda por la gestión integral de los medios de comunicación con el propósito de aumentar la visibilización de la institución en la región. Por esta razón se hace necesario ejecutar un plan de comunicaciones que proyecte la Universidad entre las partes interesadas.</p>
Líder del proceso:	Giovanny Quintero Reyes - Secretario General Universidad de los Llanos

Estrategias	Meta o producto	Objetivo	Descripción	Periodicidad	Quién comunica	Población objetivo	Indicador	Registro	Medios de Comunicación	Costo
Componente Rendición de Cuentas	*Cómo va Unillanos: Proceso permanente de rendición de cuentas*	Sensibilizar sobre el mecanismo de Rendición de Cuentas, fortalecer la participación ciudadana y generar información de interés a la ciudadanía	<p>Realizar campañas en redes sociales y medios radiales a nivel local y regional.</p> <p>*Facebook: Informes de gestión a través de transmisiones en vivo, mediante la presentación de directivas, decanos y funcionarios tipo entrevista.</p> <p>*Podcast informativo Cómo va Unillanos: Entrevista con los principales actores de la institución. Informes sobre la gestión realizada en temas de investigación, academia, planeación, financiera, entre otros.</p> <p>*Redes sociales: Información sobre la gestión que realiza la institución en temas de infraestructura, academia, investigación, acreditación, entre otros.</p> <p>*Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.</p>	Se desarrolla durante todo el año	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	<p>Número de transmisiones en vivo programadas / Número de transmisiones realizadas</p> <p>Número de podcast programados / Número de programas podcast realizados</p> <p>Número de publicaciones o programas en redes / Número de publicaciones realizadas</p>	Transmisiones en vivo en Facebook, programas radiales realizados, publicaciones en redes sociales institucionales.	Redes sociales, podcast, emisoras locales y regionales.	\$

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES

Canal	Tipo	Audiencia	Alcance
Página web: www.unillanos.edu.co	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas.	Externo/ Interno
Boletín interno 'El Unillanista'	Digital	Directivas, estudiantes, docentes, administrativos	Interno
Boletín externo	Digital	Periodistas, medios de comunicación	Externo
Correo electrónico institucional	Digital	Directivas, estudiantes, docentes, administrativos	Interno
Página en Facebook: UnillanosOficial	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	Externo/ Interno
Instagram Unillanos_	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	Externo / Interno
Twitter Unillanos_	Digital	Ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	Externo/ Interno
Tiktok Universidad de los Llanos	Digital	Ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	Externo/Interno
Linkeind	Digital	Ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	EXterno
Youtube Unillanos TV	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, periodistas	Externo

Elaboró Zue T. Castro 
 Aprobó Jorge Fernandez 


Giovanny Quintero Reyes
 Secretario General