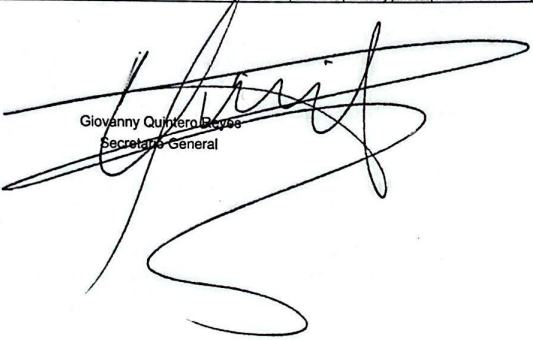
 UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS									
PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL FORMATO PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES									
Código: FO-COM-05			Versión: 04		Fecha de aprobación: 11/06/2025			Página: 1 de 1	
Objetivo:	Fortalecer la cultura organizacional a través de la implementación de una estrategia de comunicación integral que unifique y amplifique la cualificación académica y la innovación social, creando una sinergia efectiva entre los diversos canales y actores involucrados, con el fin de mejorar la percepción y el reconocimiento de la Universidad de los Llanos.								
Descripción:	La Universidad de los Llanos, como institución de educación pública, requiere consolidar una estrategia de comunicación institucional que articule los públicos internos y externos, fortalezca su identidad, visibilice su aporte académico, investigativo y social, y acompañe los procesos estratégicos de formación, investigación, extensión y promoción de la oferta académica.								
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 o canal
Componente de comunicación interna	Alerta Unillanos	Garantizar la difusión oportuna de información institucional, mejorando la comunicación interna y el sentido de pertenencia	Envío boletines internos con información oficial, convocatorias, comunicados y lineamientos	Permanente	Solicitante (estamentos)	Comunidad universitaria	Número de correos enviados	Matriz de evidencia	Correo institucional @unillanos.edu.co
	Ponga Cuidado	Dar a conocer procesos cortos, inscripciones, fechas y demás información que requieran divulgación rápida y de impacto.	Producción audiovisual en formato vertical.	Permanente	Jefaturas/ Comunicaciones	Comunidad universitaria	Número de videos divulgados	Matriz de evidencia	Canal de Whatsapp
Componente de comunicación digital	Saber que Trasciende/ Acción con Sentido	Diseñar y ejecutar una (1) campaña para divulgar calidad académica, el compromiso social y el impacto regional	Publicación de diseños gráficos con contenidos académicos, institucionales y sociales.	Semanal	Jefaturas/ Comunicaciones	Comunidad externa e interna	Número de publicaciones realizadas	Parrilla de contenido	Facebook, X, LinkedIn, Instagram, Web
Componente de comunicación externa	Unillanista	Destacar los avances y aportes académicos de la universidad para fortalecer su reputación y calidad académica	Creación de un boletín digital donde se resalten investigaciones y publicaciones de docentes e investigadores.	Quincenal	Estamentos de la institución	Comunidad en general, investigadores, organizaciones, medios de comunicación.	Número de boletines diseñados/Número de publicaciones	Boletines en correo electrónico comunicaciones@unillanos.edu.co y publicaciones en LinkedIn	Correo a bases de datos periodistas y entidades y publicaciones en linkedin
	Unillanos al Día	Informar 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 máximo 2 minutos en formato audiovisual	Según necesidad	Estamentos de la institución	Estamentos, Ciudadanía y Comunidad en general	Número de videoclips proyectados / Número de videoclips realizados	Videos en Instagram	Cuenta oficial de instagram
	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, eventos y demás actividades. Redactar y divulgar a medios y periodistas locales y regionales.	Semanal	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 y rotativo de pagina web	*Correo electrónico
	Nuestra Huella	Dar a conocer el impacto de la Universidad de los Llanos en un entorno social y en sus egresados.	Mostrar a través de productos audiovisuales en formato institucional el trabajo o el aporte de la institución en la vida de los egresados o en una comunidad específica	Mensual	Estamentos de la institución/ Proyección Social	Estamentos, periodistas, ciudadanía, comunidad en general y organizaciones.	Número de videos divulgados	Matriz de evidencia	Youtube, Linkdin y shorts en instagram.
	Unillanos Investiga	Mostrar la innovación social y avance investigativo de la comunidad universitaria para el desarrollo regional	Duvalgar a través de productos multiplataformas avances o logros en el ambito investigativo.	Según necesidad	Dirección General de Investigaciones, facultades, docentes, estudiantes.	Estamentos, periodistas, ciudadanía, comunidad en general y organizaciones.	Numero de videos y/o publicaciones en Unillanista / Publicaciones realizadas	Matriz de evidencia	Youtube y Facebook
	Podcast	Crear un formato llamativo a través de audio donde se de participación a la comunidad académica de temas diversos	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	Matriz de evidencia	Youtube y shorts en IG y TK

Componente de identidad institucional	Liderazgo institucional	La Pizarra del Rector	Posicionar la voz del Rector como embajador de marca	Producción audiovisual de opinión sobre temas de impacto social	Mensual (6)	Rector	Comunidad universitaria, ciudadanía, medios	Número de videos publicados	Matriz de evidencia	Canal oficial de Youtube
	Presencia Institucional	Mascota Unillanos	Diseñar y ejecutar una (1) estrategia integral de posicionamiento institucional a través de estrategias de merchandising y la creación de la mascota Unillanos, fortaleciendo las relaciones públicas mediante una presencia activa, coherente y representativa en eventos sociales, académicos, culturales y comunitarios.	Creación de la mascota y su gestión activa de marca en etornos digitales y físicos	Anual	Comunicaciones	Comunidad externa	Campaña diseñada	Informe contratista	
		Bienestar Contigo	Crear un revista llamativa con fotografías, tablas, datos estadísticos	Diagramar una revista con información importante sobre los avances y proyectos para la comunidad universitaria desde Bienestar Institucional	Semestral	Bienestar/Comunicaciones	Comunidad externa	Número de revistas/Revistas divulgadas	Revista realizada y divulgada	En físico
Componente de relaciones públicas y promoción académica	Crear y ejecutar (1) estrategia en medios digitales y tradicionales que promuevan y fortalezcan el mensaje de 'Trascendencia académica y la innovación social' en la Universidad de los Llanos.		Desarrollar e implementar una (1) campaña Publicidad ATL y BTL digital y física orientada a visibilizar estratégicamente los logros y valores diferenciales de la Universidad de los Llanos	Diseñar piezas gráficas para vallas físicas y digitales ubicada estregeticamente con impacto externo	Semestral	Comunicaciones y programas académicos	Comunidad externa	Número de campañas establecidas / Número de campañas pautadas	Pauta realizada y pagada	Vallas y pantallas digitales
			Desarrollar e implementar dos (2) campañas de publicidad institucional semestral en plataformas digitales propias, con propósito orientados al público objetivo.	Realizar piezas gráficas, audiovisuales, cuñas radiales y notas periodísticas para pautar en medios locales y regionales.	Semestral	Programas académicos	Comunidad externa	Número de campañas establecidas / Número de campañas pautadas	Pauta realizada y pagada	Medios radiales, medios digitales, escritos, Google Ads y vallas
			Implementar estrategias de comunicación para difundir la oferta de pregrado de la Universidad de los Llanos a través de medios informativos	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	Semestral	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)
	Proceso Permanente de Rendición de Cuentas		Apoyar a la Oficina de Planeación en el componente de Rendición de Cuentas	Realizar una estrategia de sensibilización sobre el proceso permanente de Rendición de Cuentas por redes sociales institucionales.	Bimestral, a partir de marzo	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	Número de publicaciones o programas en redes / Número de publicaciones realizadas	Publicaciones en redes sociales	Cuentas oficiales de la Universidad y pagina web
			Informes de gestión a través de transmisiones en vivo, mediante la presentación de directivas, decanos y funcionarios tipo entrevista.	De acuerdo a plan establecido por Planeación, a partir de abril	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	Número de transmisiones en vivo programadas / Número de transmisiones realizadas	Publicaciones	Canal institucional: Instagram o Facebook	
			Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.	De acuerdo a plan establecido por Planeación, diciembre	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	Evento presencial	Fotografías y videos de evento	Redes sociales	
			Dar a conocer los logros, avances y crecimiento institucional que ha obtenido la Universidad de los Llanos en los Planes	Crear imagenes institucionales donde se brinde la información de manera cuantitativa	Anual, a partir de noviembre PDI	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	Número de piezas gráficas/ número de publicaciones	Diseños publicados	Redes sociales y/o página web
					Semestral, a partir de julio PAI	Rectoría Planeación Comunicación Institucional	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Medios externos	Número de piezas gráficas/ número de publicaciones	Diseños publicados	Redes sociales y/o página web
MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES										
Canal	Tipo		Audiencia			Alcance				

Página web: www.unillanos.edu.co	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
Boletín externo 'El Unillanista'	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo
Boletín de prensa	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 comunica	Externo/ Interno
Instagram	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
Tiktok	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
LinkedIn	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
X (Twitter)	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
Canal de Youtube	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno
Canal de Whatsapp	Digital	Comunidad académica, ciudadanía, entidades públicas y privadas, medios de comunica	Externo/ Interno

Elaboró: Zue Tatiana Castro
 Vo: Jorge Fernández



Giovanni Quiñero Torres
 Secretario General