

PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS

Objetivo: Orientar las acciones de comunicación hacia el cumplimiento de los objetivos de la Universidad de los Llanos y la generación de identidad e imagen institucional, así como promover espacios y acciones de comunicación que permitan acercamiento entre los grupos de interés y el quehacer institucional.

Descripción: El plan de comunicaciones abarca las estrategias que permiten a través de los medios y soportes adecuados, cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen la Institución.

Estrategia	Objetivo	Actividad	Indicador	Medio	Frecuencia	Población Objetivo	Evidencia	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	Número de boletines programados/Número de boletines enviados	Correo electrónico institucional	2 veces por semana (50/60 boletines anuales)	Estudiantes Docentes Administrativos	Boletines en correo electrónico	0
Pantallas de Tv	Informar eventos institucionales y generar identidad corporativa	Realizar piezas audiovisuales con contenido noticios e informativo, así mismo generar contenido con temas que fortalezcan la identidad corporativa y la identidad visual corporativa	Según actualización de información	Pantallas tv	Actualización semanal	Estudiantes Docentes Administrativos y visitantes de la Institución	Videos en pantallas	4.500.000
Componente Comunicación Externa								
Visibilización en redes sociales	Informar sobre los acontecimientos noticiosos de la Institución, así mismo promover los eventos y actividades que se realizan , sensibilizar sobre los procesos que se adelantan	Realizar notas informativas y publicarlas a través de las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, Twiter), información de interés para la comunidad en general.	Según necesidad de información	Facebook Instagram Twitter	Diario	Comunidad en general (externa e interna)	Notas informativas publicadas	6.000.000
Promoción oferta Académica pregrado	Divulgar y dar a conocer la oferta académica de pregrado de la Institución	Realizar piezas gráficas, cuñas radiales y notas periodísticas para pautar en medios locales y regionales	Número de campañas establecidas/Número de campañas pautadas	Emisora virtual Unillanos Radio Medios noticiosos y de opinión radiales y escritos	2 veces al año	Comunidad externa	Pauta realizada	51.624.134
Sala de Prensa (página web)	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, temas de interés para los estudiantes, docentes, administrativos	Realizar contenidos periodísticos, acompañando de una imagen, publicarla en el slide principal de noticias y en el micrositio "Sala de Prensa"	Según necesidad de información	Página web de la universidad	Diario (20/30 por mes)	Estudiantes, docentes, administrativos, periodistas, ciudadanía y comunidad en general	Notas publicadas en la página web	0
Boletín de Prensa	Informar sobre hechos noticiosos, logros, metas, reconocimientos, temas académicos, de investigación y proyección social, importantes sobre el que hacer 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	Número de boletines establecidaos/Número de boletines divulgados	Correo electrónico	2 semanales (60/70 anuales)	Periodistas y medios de comunicación locales y de la región	Boletines enviados a través del correo	0

Componente Identidad Visual

"Unillanos somos todos"	Sensibilizar sobre el uso del Manual de Identidad Visual (logotipo, tipografía, 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 correos institucionales Sección en el boletín "El Unillanista" Uso de los televisores con la sección "Unillanos somos todos" con la información sobre la implementación del Manual de Identidad Visual	Número de boletines programados/Número de boletines realizados	correo electrónico institucional	Quincenal (10/14 piezas anuales)	estudiantes, docentes, administrativos	Boletines enviados	0
-------------------------	--	---	--	----------------------------------	----------------------------------	--	--------------------	---

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	Realizar campañas en redes sociales y medios radiales a nivel local y regional * Facebook: Informes de gestión a través de transmisiones en vivo, mediante la presentación de directivas, decanos y funcionarios tipo entrevista. * Programa radial Cómo va Unillanos: Entrevista son los principales actores de la institución. Informes sobre la gestión realizada en temas de investigación, académico, planeación financiero, entre otros. * Redes sociales: Información sobre la gestión que realiza la institución en temas de infraestructura, academia, investigación, acreditación, entre otros. * Audiencia Pública de Rendición de Cuentas	Número de transmisiones en vivo programadas/Número de transmisiones realizadas Número de programas radiales programados/Número de programas radiales realizados Número de publicaciones en redes programas/Número de publicaciones realizadas	Emisora Institucional Unillanos Radio Emisoras locales y regionales Redes sociales	Se desarrolla durante todo el año	Estudiantes Docentes Administrativos Ciudadanía Región del Ariari (emisora Marfil) Puerto Gaitan y su area de influencia (emisora Ondas del Manacacias) Municipios del Meta (Exitosa Estereo)	Transmisiones en vivo en Facebook, programas radiales realizados, publicaciones en redes sociales institucionales	12.000.000
---	---	---	---	--	-----------------------------------	---	---	------------