



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**CODIGO: FO-COM-05**

**VERSIÓN: 01**

**PÁGINA: 1 de 5**

**PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL**

**FECHA: 19/06/2018**

**FORMATO PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS INSTITUCIONAL**

**VIGENCIA: 2018**

<b>Objetivo:</b>	<p>Orientar las acciones de comunicación hacia la generación de identidad e imagen institucional.          Promover y generar espacios y acciones de comunicación que generen acercamiento entre los grupos de interés y el quehacer institucional.          Proyectar la comunicación como un elemento estratégico para el cumplimiento de los objetivos de la entidad.          Establecer condiciones y características de cada uno de los medios institucionales a fin de proyectar uniformidad y generar elementos que favorezcan la identidad e imagen .</p>
<b>Descripción:</b>	<p>El plan de comunicaciones abarca las estrategias de comunicación 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.          La Universidad de Los Llanos cuenta con canales de comunicación que permiten una relación directa e interactiva entre emisor y receptor.           Entre ellos se destacan: Correo electrónico, canal de YouTube, Facebook, Instagram, página web, boletín interno y externo, piezas comunicativas, cartillas, pendones, afiches, la editorial, unillanos radio, los cuales facilitan que la información generada a través de los diferentes procesos misionales de la universidad se den a conocer de manera oportuna a la comunidad educativa y público en general.           La buena gestión de la comunicación permite el buen funcionamiento de la Universidad de Los Llanos.</p>
<b>Líder del proceso:</b>	<p><b>Deyver Giovanni Quintero, Secretario General</b> <span style="float: right;"><b>Fecha de elaboración:</b> 26/06/2018</span></p>

Estrategias	Objetivos y acciones	Características	Periodicidad	Responsable	Evaluación e impacto	Registro	Medios de Comunicación
<b>Gestión de la comunicación y la información interna y externa</b>	Elaboración y distribución de la revista Corocora dirigida a los egresados de la institución	Propalcote, carta, policromía, 30 páginas, portadas en mate, distribución por demanda y personalizada a través de correo directo	2 al año	Proyección Social/ programa egresados	Número de actualizaciones en página web / Número de revistas entregadas por correo directo/	Listas de distribución	Revista Corocora
	Redacción y emisión de boletines y comunicados de prensa	Plantilla establecida, letra Arial 12, lenguaje sencillo, citar fuentes, en caso que sea necesario remitir datos de contacto para ampliar información a través de la página web. Se distribuye a la base de datos de correos electrónicos de medios regionales y nacionales. Se emite información institucional y académica, eventos, actividades, servicios, convenios, etc. En las situaciones que amerite informar a la comunidad con inmediatez sobre direccionamientos y decisiones de la alta dirección se expedirán los comunicados oficiales. Se realizarán mínimo 96 boletines al año y se complementará con entrevistas cuando así lo amerite. En cuanto a los comunicados se expedirán de acuerdo a requerimientos de la Secretaría General, el Consejo Superior o la Rectoría.	Mínimo 2 veces por semana. Estimados 96	Comunicaciones, Consejo Superior, Secretaría General	# de páginas web que publicaron la información, sondeo en radio, # de noticias en medios escritos. # de notas logradas - Seguimiento a medios	Página web, redes sociales, correo electrónico, formato de envío	Boletines y comunicados de prensa
	Apoyar en la difusión y promoción de la Revista Corocora en los medios de comunicación internos y externos, destacando artículos de interés así como los columnistas	Informar y dar a conocer a la comunidad académica y públicos interesados la revista Corocora, a través de boletines internos y externos, redes sociales y página web de la universidad	semestral	Comunicaciones/ proyección social	#de publicaciones, noticias,	Registro de publicaciones y noticias en boletines internos y externos	Facebook, twitter, instagram y página web, boletines internos y externos



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**CODIGO: FO-COM-05**

**VERSIÓN: 01**

**PÁGINA: 2 de 5**

**PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL**

**FECHA: 19/06/2018**

**FORMATO PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS INSTITUCIONAL**

**VIGENCIA: 2018**

	Emisión de programa institucional radial "Cómo va Unillanos"	Programa radial que se emite una hora cada martes, con información e invitados de interés general de la comunidad educativa. Los programas realizados se publican además en YouTube y en Facebook oficial de la Institución.	4 veces por mes	Comunicaciones	32 programas radiales institucionales en el año	Copia grabada de los programas emitidos. Registro en YouTube y Facebook oficial.	Emisora Institucional Unillanos Radio
	Seguimiento a carteleras Institucionales	Cada dependencia es responsable de su actualización. La oficina de comunicaciones realizará trimestralmente el monitoreo y revisión del estado de las mismas. En las carteleras se publicará información con contenidos administrativos, académicos, de eventos y convocatorias.	trimestral	Líder del proceso	# de visitas e informes	fotografías, e informes sobre el estado y seguimiento a las carteleras	Carteleras Institucionales
	Publicación de boletín interno	Los boletines internos se distribuyen de manera virtual, con una plantilla preestablecida, apoyada con una imagen sobre la información que se divulga. A través de esta pieza comunicacional se emite información institucional de interés para la comunidad universitaria. El lenguaje es claro y conciso. La plantilla y membrete matiene colores institucionales.	40 en el mes	Comunicaciones	# de correos enviados y recepcionados, resultado de encuestas de percepción	Correos enviado a través de boletin.interno@unillanos.edu.co	Boletín Interno
	Consolidar y segmentar las bases de datos internas y externas de destinatarios productos de divulgación y prensa	Depurar y organizar correos electrónicos y medios de comunicación existentes	1	Comunicaciones/Oficina de Sistemas	Datos de medios y periodistas por medio, departamentos, municipio. Correos internos institucionales	Copia base de datos	N/A
	Consolidar banco de imágenes para proveer a medios internos y externos en piezas audiovisuales.	Depurar y organizar archivos fotográficos y de vídeo. Organizarlos de acuerdo a fecha y a temas o eventos.	mensual	comunicaciones	# de registros de fotografía y video	registro	
<b>Posicionamiento en redes institucionales</b>	Realizar publicaciones periódicas sobre noticias, personajes, historias e información de interés en las redes sociales institucionales.	Publicación de notas periodísticas, eventos, actividades académicas, noticias sobre alcances y gestión institucional	diario	Comunicaciones y dependencias que producen información	# de publicaciones	Registro y archivo de piezas audiovisuales, escritas y multimedia.	Facebook, Instagram, twitter, Boletines internos y de prensa, pagina web
	Promocionar la marca de Unillanos en internet a través de facebook e instagram	creación de piezas gráficas, fotografías,.	semestral	Comunicaciones	# de seguidores, temas tendencias, resultados de sondeos y encuestas	reportes mensuales e informes, estadísticas redes	facebook e Instagram



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**CODIGO: FO-COM-05**

**VERSIÓN: 01**

**PÁGINA: 3 de 5**

**PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL**

**FECHA: 19/06/2018**

**FORMATO PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS INSTITUCIONAL**

**VIGENCIA: 2018**

	Aprobación y difusión del manual de redes sociales	Sensibilizar a través de redes sociales, boletines internos y página web sobre el buen uso de las redes sociales institucionales	1	Comunicaciones	Número de funcionarios asistentes a presentación, Número de descargas	Fotos, registros de asistentes, reportes oficina de sistemas	Redes sociales , boletines internos y página web
	Diseñar producir, emitir y promocionar video Institucional y documental institucional	Muestra el desarrollo de la universidad a través de las imágenes, sus logros, espacios físicos de la institución y el cumplimiento de su misión, visión y valores institucionales. El video institucional debe tener una duración aproximada de 4 minutos.	2	Comunicaciones y dependencias generadoras de información	# de visualizaciones a través de redes sociales	Registro y archivo de los productos audiovisuales	Canal de Youtube Institucional, Facebook, Intagram, Twitter y Página Web.
	Promover la difusión de resultados y gestión de la Universidad de acuerdo al Plan de Acción Institucional	A través de boletín interno y externo, slide de noticias de la página web se socializará con los públicos internos y externos interesados sobre el cumplimiento de las metas planteadas en el PAI	semestral	Oficina de comunicaciones/Oficina de Planeación/Sistemas	# de metas alcanzadas según el PAI	Registro de publicaciones	Boletín interno y externo y página web
	Participar activamente en eventos académicos, institucionales que permitan visibilizar las acciones de comunicación y la gestión institucional	Desde la oficina de comunicaciones se realiza el apoyo a cubrimiento de eventos, actividades, encuentros de la institución. Eventos académicos, de investigación, bienestar institucional, entre otros.	según requerimiento	Oficina de comunicaciones, dependencias generadoras de la información	#de eventos asistidos	fotografías, eventos, notas publicaciones	Boletines y comunicados de prensa, boletín internos, redes sociales oficiales (facebook, instagram, twitter) página web institucional.
	Diseñar y ejecutar campaña promocional institucional	Elaboración, emisión y transmisión de textos, piezas publicitarias, informes y cuñas radiales, boletines internos y externos	2	Comunicaciones/proyección social/admisiones/posgrados	# de personas informadas	Fotos, recortes de periodicos, print page de banner, reporte de inscritos, texto de cuñas grabadas.	medios masivos locales y emisora institucional Unillanos radio, redes sociales institucionales
	Diseñar y ejecutar campaña promocional rendición de cuentas	Elaboración de textos, piezas publicitarias, piezas audiovisuales, informes y cuñas radiales, boletines internos y externos.	2	Comunicaciones/rectoría/planeación/sistemas	Número de asistentes, número de visualizaciones de comercial, número de lectores de periodicos en los que se pautó, número de oyentes	Informe de divulgación presentado a Control Interno	medios masivos locales y emisora institucional Unillanos radio, redes sociales institucionales
	Promover el buen manejo del Manual de Identidad Visual	Sensibilizar a través de redes sociales, boletines internos y página web sobre el buen uso de la imagen institucional	4	Comunicaciones	piezas gráficas y boletines internos	Manual, correos enviados, publicación en página	Redes sociales, página web y boletines internos



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**CODIGO: FO-COM-05**

**VERSIÓN: 01**

**PÁGINA: 4 de 5**

**PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL**

**FECHA: 19/06/2018**

**FORMATO PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS INSTITUCIONAL**

**VIGENCIA: 2018**

<b>Institucional</b>	Difundir y transmitir la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas Institucional presencial y virtual	La Universidad de los Llanos realiza anualmente la audiencia pública de rendición de cuentas. Esta se lleva a cabo de manera presencial y virtual, con el fin de promover la participación ciudadana y generar espacios de interacción entre la institución y los públicos interesados. De esta manera, dar a conocer y evidenciar los avances, alcances y logros en la gestión institucional. A través de piezas comunicativas como boletines internos y externos, publicaciones en las redes sociales e informes radiales "Momentos noticiosos" , cuñas radiales y página web se difunde y se socializa la Audiencia Publica de Rendición de Cuentas.	2	Secretaria General/ Comunicaciones/ sistemas/ Rectoría	#de asistentes en la audiencia presencial y participantes en redes sociales.	Informe de Control Interno, archivos de video	Redes sociales, boletines internos y externos, página web, medios masivos locales, emisora institucional Unillanos Radio
----------------------	---	---	---	--	--	---	--

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES**

Medios de comunicación	Responsable / dependencias que intervienen	Aprobación para su uso y publicación	Características (forma, tamaño, contenido, acceso)	Frecuencia	Receptores de la comunicación	Evidencia
<b>Revistas Corcora</b>	Comité editorial/ programa egresados	Dirección de Proyección Social	Propalcote , carta, policromía, 30 páginas, portadas en mate, distribución por demanda y personalizada a través de correo directo	Semestral	Egresados/Comunidad interesada	1 Edición impresa por volumen.
<b>Correo Electrónico</b>	Sistemas	Personal y por oficinas/ Resolución para uso de herramientas	Isntitucional, plataforma Gmail / Unillanos	Diario	Comunidad universitaria, medios de comunicación, entidades	Digital
<b>Boletines y Comunicados de prensa</b>	Comunicaciones /Facultades, Procesos, fuentes relacionadas a las entidades en convenio	Comunicaciones, Consejo Superior, Secretaria General y Rectoría	Plantilla establecida, letra arial 12, lenguaje sencillo, citar fuentes, en caso que sea necesario remitir datos de contacto para ampliar información a través de la página web. Se distribuye a la base de datos de correos electrónicos de medios regionales y nacionales. Se emite información institucional y académica, eventos, actividades, servicios, convenios, etc. En las situaciones que amerite informar a la comunidad con inmediatez sobre direccionamientos y decisiones de la alta dirección se expedirá los comunicados oficiales. Se realizarán mínimo 92 boletines al año y se complementará con entrevistas cuando así lo amerite. En cuanto a los comunicados se expedirán de acuerdo a requerimientos de la Secretaría General, el Consejo Superior o la Rectoría.	2 veces por semana	Comunidad universitaria y sociedad en general	Digital (archivo y web)
<b>Emisora virtual institucional Unillanos Radio</b>	Comunicaciones/ Facultades/ Procesos	Comunicaciones/Secretaria General	Emisora virtual institucional con programación 24/7 y contenido musical. Cuenta con un programa semanal "Cómo va Unillanos" el cual se transmite todos los martes, con 1 hr de duración. El programa cuenta con invitados especiales como docentes, directivos o estudiantes que hablan de sus experiencias, actividades o que hacer institucional. A través del programa se da a conocer cómo se encuentra la universidad e informa sobre diferentes sucesos o noticias.	Diario	Comunidad universitaria y sociedad en general	Registro digital
<b>Momentos Noticiosos</b>	Comunidad universitraia, comunicaciones, directivos	Comunicaciones	Los informes radiales "Momentos Noticiosos" tendrán una duración entre 1 a 2 minutos. Lenguaje sobrio, formal. Información académica, de gestión institucional. La información debe ser concisa y bien estructurada.	2-3 veces por semana	Comunidad universitaria y sociedad en general	Registro y archivo de informes

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS****CODIGO: FO-COM-05****VERSIÓN: 01****PÁGINA: 5 de 5****PROCESO DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL****FECHA: 19/06/2018****FORMATO PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS INSTITUCIONAL****VIGENCIA: 2018**

<b>Televisión, spots para Youtube y pantallas</b>	Comunicaciones/ Facultades/ Procesos	Comunicaciones	Piezas audiovisuales donde se resaltan fortalezas de los programas o unidades a través de testimoniales, es atemporal, formato llamativo, imágenes de apoyo, contenidos acorde al contexto de cada programa o proceso, revisiones por los directivos. Publicación a través de canal de Youtube Unillanos Televisión, Imágenes Full HD. Duración máxima de 3 a 5 minutos	según requerimiento	Comunidad Universitaria y en general	Digital en canal de YouTube y en redes sociales
<b>Boletín Interno Newsletter</b>	Líderes de procesos Comunicaciones	Comunicaciones/Sistemas	Se distribuye de manera virtual a través del correo boletininterno@unillanos.edu.co. Emite información institucional de interés interno, full color, lenguaje claro, tamaño de imágenes mediano. Se mantienen los colores institucionales	Diario	Docentes, funcionarios, contratistas/ Estudiantes	registro en correo
<b>Cartelera</b>	Responsable de cada área y programa que cuenta con este medio	Lider del proceso	Actualización mensual. Se establece plantilla de acuerdo a especificaciones generales estipuladas en el manual estratégico de comunicaciones.	Mensual	Comunidad universitaria	Reporte bimensual del responsable de acuerdo a formato
<b>Impresos</b>	Diseñador/ oficina o unidad que emite información o promueve la actividad o evento/ editorial.	El responsable del material a usar (evento, libro, cartilla, etc)// Son establecidos por cada uno de los responsables del material impreso	las piezas gráficas deben sujetarse a los lineamientos establecidos en el manual de identidad visual actualizado 2017	De acuerdo a requerimiento	Comunidad universitaria y sociedad en general	Copia digital del diseño y en lo posible una impresión
<b>Piezas comunicacional es pendones, portafolio de servicios, cartilla, etc.</b>	Diseñador /Proyección Social, oficina o unidad promotora de la información.	Comunicaciones/ Vicerrecursos / Secretaría General/ Proyección Social.	Las piezas gráficas deben sujetarse a los lineamientos establecidos en el manual de identidad visual actualizado 2017	De acuerdo a requerimientos	Comunidad universitaria, partes interesadas y comunidad en general	Productos promocionales impresos y digitales
<b>Pautas (cuñas) comerciales</b>	Comunicaciones/ secretaria general/ vicerrecursos/ viceacadémica/admissiones	Comunicaciones	Depende del objeto de la publicidad y del medio donde se vaya a pautar. Lenguaje claro y los mensajes deben estar acordes con la proyección de la identidad y la imagen institucional. Los comerciales van de acuerdo a las necesidades de la Universidad, en materia de promocionar programas de pregrado, inscripciones y rendición de cuentas	Según requerimiento	Comunidad en general	Audios, certificados de emisión y lista de ordenes de trabajo generadas por Vice recursos
<b>Redes sociales</b>	Comunicaciones y dependencias autorizadas	Comunicaciones/ Secretaria General/ Sistemas	Las redes sociales institucionales: Facebook @UnillanosOficial, Instagram Unillanos_, Twitter Unillanos_ y Youtube Unillanos Televisión. Lenguaje sobrio, formal. Información académica, de gestión institucional, promoción de eventos y oferta académica y de servicios. Estrategias para llegar a más usuarios y amigos. Contenidos cortos, utilización de etiquetas, entre otros.	Diario	Comunidad en general	Estadísticas, historial de publicación
<b>Página Web</b>	Sistemas	Comunicaciones (slide), dependencia que envía la información/ Sistemas	Establecidas en resolución rectoral, cumple con condiciones establecidas por GEL.	Actualización diaria, se alimenta con la información que suministran las diferentes oficinas	Comunidad universitaria y sociedad en general	Backup de la información alojada en el portal web

La financiación de la publicidad visual, radial, escrita y de promoción institucional de pregrado y posgrado proviene de diferentes fuentes como: Recursos propios, ficha Bpuni y convenios interinstitucionales, direccionada por varios estamentos universitarios como proyección social, dirección de posgrados, instituto de Idiomas y oficina de comunicaciones a través de secretaría general.

**Elaboró:**

Nombre JOSÉ ANTONIO CÉSPEDES TOVAR  
Cargo COORDINADOR OFICINA DE COMUNICACIONES

Nombre CAMILA ANDREA MAHECHA AGUDELO  
Cargo PROFESIONAL DE APOYO