

Vigencia: 2019.

Objetivo general: responder a las necesidades de comunicación que se derivan de la misión institucional en coherencia con los lineamientos del Plan de Desarrollo 2019 - 2022 y el eje de información y comunicación del Modelo Estándar de Control Interno MECI en relación con:

- Contar con los procedimientos necesarios para la generación de información y comunicación veraz y oportuna.
- Garantizar el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas, y que esta sea comunicada de manera eficiente a través de los canales correspondientes.
- Llevar a cabo una efectiva comunicación interna y externa, a fin de dar a conocer la información que genera la organización pública de manera transparente, oportuna y veraz, garantizando que su operación se ejecute adecuada y convenientemente.

Las líneas de acción del Plan Estratégico de Comunicaciones son: comunicación organizacional y comunicación externa.

Línea de Comunicación externa o informativa:

Estrategia 1. Rendición de cuentas

Objetivo	Apoyar a las direcciones de la Universidad en la divulgación de los resultados de la gestión de manera permanente y especialmente para la realización de la audiencia pública de rendición de cuentas.			
Acciones	Público	Medio	Frecuencia	Responsables
Diseño de imagen		-	Anual	Diseñador
Elaborar piezas de comunicación de publicación de informe y convocar a la Audiencia	Comunidad en general	Comunicados Página web UPTC radio UPTC Radio 104.1 UPTC Radio 104.1 Redes sociales	Anual	Periodistas Dirección de Comunicaciones
Cuñas invitando a leer informe y convocar a la Audiencia pública			Anual	
Periódico - informe de rendición de cuentas de la vigencia 2018			Anual	
Transmisión y cubrimiento periodístico y Audiencia de Rendición de Cuentas			15 días	Directora y periodistas Dirección de Comunicaciones /Coordinadora Emisora
Cubrimiento periodístico	Comunidad	Comunicados Página web UPTC radio UPTC Radio 104.1 UPTC Radio 104.1 Redes sociales	Por demanda	Periodistas Dirección de Comunicaciones



Estrategia 2. Fortalecer los procesos y canales de comunicación

Objetivo	Garantizar la divulgación de la información que se genere al interior de la Universidad a través de medios adecuados para su difusión.			
Acciones	Público	Medio	Frecuencia	Responsables
Renovar la imagen de los productos de comunicación externos: periódico institucional, magazín UPTC	Comunidad en general	periódico institucional, magazín UPTC conexión U TV	Primer trimestre	Diseñador
Generar informes especiales para ser divulgados en medios de circulación regional	Comunidad en general	Mensual	Permanente	Equipo Dirección de Comunicaciones
Verificar el cumplimiento del Manual de Imagen Corporativa	Comunidad académica	-	Permanente	Directora Comunicaciones Diseñador
Creación y difusión de productos comunicacionales para visibilizar el quehacer académico, científico, social y cultural	Comunidad en general	Producción audiovisual: promocionales, exlibris, 'Cien por ciento original' y 'Foco científico'.	Semanal	Periodistas Dirección de Comunicaciones (Nancy Buenahora, Juan F Romero, Yolette Romero, Lyda S Guío)
		Cartelera electrónica	Permanente	
		Promocionales	Por demanda	
		Comunicados	Permanente	
		Noticias	Permanente	
Creación de un podcast audiovisual 'Con-ciencia'	Publico interno y externo ASC	Redes sociales Página web whatsapp	Mensual	Yolette Romero y Luis Fernando Padilla
Diseñar y renovar las vallas informativas			Segundo trimestre	Diseñador
Fortalecimiento de la imagen institucional a través de la emisora institucional (Identificación, actualización musical, renovación de imagen corporativa)	Comunidad universitaria y en general	Emisora Whatsapp Redes Sociales	Durante la semana	Equipo de Comunicaciones



Sección radial: 'El rector se conecta' Ejercicio autocrítico y de retroalimentación con relación gestiones y logros.	Comunidad en general y universitaria	UPTC Radio 104.1	Semanal	Directora de Comunicaciones /Coordinadora Emisora
Cambio Horario Magazín 'Conexión U' 6:00-8:00am	Comunidad en general y universitaria	UPTC Radio 104.1 Redes sociales Podcast	Todos los días	Equipo de Comunicaciones y equipo UPTC Radio.
Creación Manual de Crisis.	Directivos	Resolución	En situación de crisis	Dirección Comunicaciones
Creación de una política de comunicaciones	Comunidad universitaria	resolución	Anual	Dirección comunicacione

Estrategia 3. Social media

Objetivo	Gestionar la reputación de la UPTC a través de las redes sociales Facebook, twitter e Instagram , con el objeto de aumentar la presencia de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, buscando mayor número de seguidores			
Acciones	Público	Medio	Frecuencia	Responsables
Articular las publicaciones a las redes sociales oficiales de la UPTC	Comunidad en general	Facebook Twitter Instagram	Permanente	Gestor de redes
Creación del Manuel para redes sociales	Comunity Manager seccional, dirección o programa	Redes Sociales	permanente	Dirección Comunicaciones

Otras acciones:

- Actualizar los procedimientos del proceso de Comunicación Pública.
- Unificar los dominios.
- Fachada Casa UPTC Bogotá
- Coordinando con Departamento de Posgrados el fortalecimiento de la UPTC en Bogotá, a través de Google y convertir en referente de exposiciones a la Casa de UPTC en Bogotá
- Encuesta estudiantes identificar os medios más usados y por los cuales se informan acerca de la Uptc
- Capacitación a periodistas oportunidad estratégica. Juéguele limpio- patrimonio arqueológico- acreditación multicapas

Línea. Comunicación interna organizacional

Estrategia 2. Comunicación interna y organizacional



Objetivo	Llevar a cabo acciones de comunicación interna y de sensibilización para contribuir con el cumplimiento de los objetivos misionales y contribuir al mejoramiento del clima laboral y la construcción de sentido de pertenencia, en coordinación con las demás áreas de la Universidad.			
Acciones	Público	Medio	Frecuencia	Responsables
Diseñar imagen de las vicerrectorías para generar identidad	Comunidad en general	Cartelera Baking publicitario	Tercer trimestre	Diseñador
Reunión con unidades académicas, para dar a conocer proceso de comunicación	Unidades académicas	Reunión informativa	Semestral	Directora de Comunicaciones
Apoyo para la inducción 2019-II	Estudiantes	Jornada inducción	Semestral	Directora, diseñado, periodista/Dirección de Comunicaciones
Campaña de expectativa de Acreditación Institucional Multicampus	Comunidad académica	Encuestas en redes sociales,	Tercer cuatrimestre	Dirección de Comunicaciones en coordinación con Vicerrectoría Académica
Implementación de la campaña de sensibilización para fortalecer la cultura de servicio al interior de la Universidad	Comunidad académica	Producto audiovisual Campaña radial Correos masivos	Segundo cuatrimestre	Dirección de Talento Humano/Dirección de Comunicaciones/Grupo SIG
Consolidar un espacio dentro del magazín Conexión UPTC y en el periódico institucional "Orgullo upetecista" para destacar a aquellos personajes que dejan en alto el nombre de la Universidad.	Comunidad académica	UPTC Radio Periódico institucional Redes sociales	Segundo trimestre	Dirección de Comunicaciones en coordinación con Quejas, Reclamos y Sugerencias
Juéguete limpio a la UPTC	Comunidad universitaria y comunidad en general	Comunidad universitaria y en general	Tercer trimestre	Comunicaciones y bienestar universitario
UPTC territorio ancestral	Comunidad universitaria y comunidad en general	Medios de Comunicación Nacionales-Comunidad	Cuarto trimestre	Dirección de comunicaciones-Planeación



		en general y universitaria		
Proyecto Resolución Organización Interna Dirección	Publico interno	Proyecto Resolución	Tercer trimestre	Dirección de Comunicaciones

3. Fortalecer las competencias comunicacionales del equipo directivo

Objetivo	Fomentar la comunicación como parte del liderazgo de la UPTC para motivar el cumplimiento de la misión y visión institucional y proyectar la imagen institucional de manera coordinada.			
Acciones	Público	Medio	Frecuencia	Responsables
Taller para desarrollar habilidades comunicacionales	Equipo directivo: (Rector, vicerrectores, directores, decanos y Jefes de Departamento)	Jornada de capacitación	Anual	Dirección de Comunicaciones
Producto audiovisual: Entre tazas	Comunidad en General	Redes sociales: YouTube, Facebook	Semanal	Profesional Dirección de Comunicaciones/Lyda Susana Guío

Presupuesto:

Concepto	Descripción	Valor
Instalación de 17 vallas	Renovación de 17 vallas ubicadas en: Aguazul (1), Duitama (2), Sogamoso (4), Ventaquemada (1), Paipa (1), Villa de Leyva (1), Chiquinquirá (1) y Tunja (6).	\$ 16.228.000,00 \$ 4.831.400,00
Contrato Boyacá 7 días	Publicación resultado de admitidos y distribución del periódico y divulgación de contenidos educativos	\$ 78.991.890,00
Periódico El Tiempo	Divulgar contenido promoción oferta institucional y convocatorias	\$71.916.000,00
Contrato Periódico Entérese	Distribución del periódico	\$ 3.100.000,00
Contrato Periódico El Diario	Publicación piezas de comunicación periodística y distribución del periódico.	\$40.500.001,00
TOTAL		215.567.290,00



Seguimiento y Control

La Dirección de Comunicaciones, deberá realizar evaluaciones al desarrollo de las estrategias propuestas en el presente Plan, con el fin de detectar desviaciones y realizar las modificaciones necesarias. (Se podrá realizar encuestas de opinión, número de visitas a redes y reproducciones, etc).


NELLY ESPERANZA ROJAS CARDENAS
Dirección Comunicaciones

Vo.Bo 
OSCAR HERNÁN RAMIREZ
Rector