

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

PLAN DE COMUNICACIONES 2021

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

CONTENIDO

1. OBJETIVO GENERAL
 - 1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS
2. ALCANCE
3. COMUNICACIÓN INTERNA
4. COMUNICACIÓN EXTERNA
5. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS
6. LINEAS ESTRATEGICAS Y OBJETIVOS
 - 6.1.1 Objetivo Estratégicos
7. INDICADORES:
8. CRONOGRAMA

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

INTRODUCCIÓN

La Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac) como institución pública y en aras a los lineamientos nacionales de transparencia, está obligada a brindar información a sus grupos de interés, a través de los canales dispuesto por la Ley 1712 de 2017 que el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información. Como institución de educación superior debe cumplir con la Resolución 12220 por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de Educación Superior por parte del Ministerio de Educación Nacional.

Como una organización certificada en Calidad y Gestión Pública bajo la norma ISO 9001:2008 del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), requiere de un proceso de comunicación formal que permita mantener informada de una manera organizada, veraz, clara y oportuna a la comunidad universitaria conformada por estudiantes, docentes, administrativos y egresados, así como grupos de interés como autoridades, gremios, medios de comunicación, público en general. En donde a su vez, la comunicación se concibe como una estrategia para la rendición de cuentas.

La creación de conciencia acerca de la importancia de la comunicación en esta institución universitaria, es de vital relevancia para la administración eficiente y eficaz en la gestión institucional, así como en las prácticas educativas para la creación artística y producción de conocimiento. Así, el proceso de comunicación debe estar estructurado de la tal forma que permita la construcción de procesos participativos de información o reflexión. Dicha construcción se debe dar por medio del trabajo conjunto, de tal forma que se garantice una participación equitativa de los actores de interés para la toma de decisiones.

Para ello debe definirse una concepción ideológica representativa del colectivo que conforma la Institución, que permita democratizar las

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

responsabilidades y dimensionar la consecución de objetivos trazados en la Planeación Estratégica.

Para ello, la Institución cuenta con Proceso de Comunicación Institucional conformado por profesionales de comunicación social u otras áreas de interés, encargados de satisfacer las demandas, necesidades y expectativas del público interno y externo, a partir del conocimiento y comprensión integral de los mismos. Es así, como desde este Proceso se propende por la participación de todos los funcionarios en la construcción de una **imagen interna** coherente con la identidad social compartida por la administración y la comunidad estudiantil, que proyecte el conjunto de principios, normas y valores representativos de la Institución. Así como la construcción de una **imagen externa**, que refleje la competitividad académica, investigativa y artística de la Institución.

De acuerdo con lo expuesto, este Plan de Comunicaciones nace de la necesidad de fortalecer la productividad de los esfuerzos de comunicación que desde el Proceso de Comunicaciones se realizan, a través de la optimización en el uso de los recursos disponibles y descubriendo constantemente nuevas fuentes de información no explotadas. Para su definición, se desarrolló una Auditoría Comunicacional, como herramienta de control a partir del diagnóstico de las prácticas de comunicación interna y externa, para la implementación de mejoras en todos los niveles de la Institución.

Para tales efectos, el presente Plan de Comunicaciones es un documento cuyo propósito es el de establecer un marco de referencia para el conjunto de acciones de comunicación tanto a nivel interno como externo, fundamentales para la generación de ventajas competitivas y comparativas; desglosados en un plan de acción que garantice la efectividad del proceso, la satisfacción de los usuarios y el mejoramiento continuo.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

1. OBJETIVO GENERAL.

El plan de comunicación de Unibac, está orientado a fortalecer el posicionamiento institucional, mejorando la imagen en el ámbito local, regional y nacional a través de distintas herramientas de marketing y publicidad que nos permitan competir en el campo académico universitario.

1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Definir estrategias de comunicación y difusión para el fortalecimiento de las actividades académicas en el ámbito local, regional y nacional.

Posicionar la institución en el ámbito local, regional y nacional mediante los sistemas de información y comunicación.

Promover la comunicación entre la institución y sus grupos de interés.

Persuadir a la audiencia mediante estrategias de comunicación interna y externa que generen impacto, recordación de marca con información precisa, clara y oportuna.

Planificar los medios de comunicación adecuados, buscando eficiencia y rentabilidad para la institución

Construir la identidad de marca de la institución.

Mantener Informada a la comunidad universitaria y demás grupos de interés sobre aspectos relacionados con los avances significativos de la institución

2. ALCANCE:

Este documento sirve de guía y de apoyo para asegurar una comunicación efectiva a nivel interno y externo con el fin de garantizar la imagen institucional y dar a conocer sus productos y servicios.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

3. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna abarca la definición de un conjunto de procedimientos y acciones, a través de los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la gestión eficiente de la Institución. Siendo su objetivo principal el de promover la interacción social y fomentar la credibilidad en la Universidad, fortaleciendo y manteniendo la identidad de la misma. Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos:

- Desarrollar una visión común al interior de la Institución.
- Incrementar el sentido de pertenencia, compromiso e identificación de los funcionarios y comunidad estudiantil con la Institución.
- Creación de espacios de información, participación y opinión.
- Reducción de los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.

Para la divulgación de información interna la institución cuenta con los siguientes medios de comunicación, definidos estratégicamente:

- Correos electrónicos
- Boletines informativos
- Redes sociales
- Mensajería de WhatsApp
- Enlace Unibac
- Monitor
- Reuniones formales e informales
- Memorando
- Carteleras
- Videoconferencias

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

4. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la institución dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, con el objetivo de fortalecer sus relaciones con los diferentes públicos de interés. Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos:

- Aumento de la visibilidad en el entorno.
- Difusión de información persuasiva a los agentes del entorno acerca de las actividades y servicios de la Institución.

Para la divulgación de información externa la institución cuenta con los siguientes medios de comunicación, definidos estratégicamente:

- Página web
- Relaciones públicas
- Medios de comunicación
- Medios impresos
- Medios digitales
- Correos electrónicos
- Redes sociales
- Magazín Unibac
- Publicidad
- Rendición de Cuentas

5. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS.

Con este plan se pretende dar a conocer el sistema de información y comunicación de Unibac mediante diferentes estrategias de marketing y publicidad y de esta manera generar un impacto visual y auditivo en el ámbito

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

local, regional y nacional, alrededor de la estrategia de comunicación, que combina:

- Medios de comunicación como lo es radio, televisión, prensa
- Herramientas integradas de marketing y la publicidad
- Estrategias de medios, (pauta continua durante toda la ejecución del Plan (por tiempos de acuerdo a actividades académicas)

La construcción del plan de medios institucional está planteada teniendo en cuenta las EMES de la publicidad estratégica

Mercado: Número de personas a las cuales les llega el mensaje publicitario; es un grupo objetivo claramente definido mediante el estudio de segmentación. (Estudiantes y Grupos de Interés)

Medios: Vehículos de comunicación existentes para dar a conocer el mensaje publicitario. (Radio, prensa, Medios digitales, Marketing directo, Relaciones Publicas)

Mecanismos: Especificaciones de las piezas publicitarias, para medios impresos, teniendo en cuenta el manual de imagen, para televisión y radio, se refiere a la duración de la pauta y medios digitales.

- TV. (Magazine Institucional TV Art
- Radio: Pautas de 30 Segundos en emisoras locales.
- Prensa: Formato impresión a color, guías estudiantiles una página, policromía.
- Boletines Internos: correos institucionales página web, diseño una cara
- Boletines de prensa: Se emitirán boletines para las distintas actividades académicas institucionales y cada vez que ocurra un evento extraordinario, que sea relevante y de interés para la institución y la comunidad
- Internet:
- Página web: se destacará en página principal una noticia de gran relevancia

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

- Redes sociales: Instagram, Twitter, YouTube y Facebook donde se comunica distintas notas informativas.
- Correo electrónico: Medio importante y eficaz en sistema de tecnologías de información y comunicación para la institución, implementa este sistema de forma permanente a sus grupos de interés por su alto alcance y efectividad

Moneda:(Asignación presupuestal) para el plan y ejecución de la campaña de medios de acuerdo al análisis o previo estudio.

Metodología: Estrategia global de campaña medida en tiempos y resultados forma en la cual se desarrollará el plan de medios el cual es medible con encuestas de satisfacción al público objetivo.

6. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS

6.1 LÍNEA ESTRATÉGICA 1: UNIBAC MÁS COMUNICADA

Esta línea estratégica está orientada a gestionar la comunicación en la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac), para la ejecución de su oferta educativa.

6.1.1 Objetivo Estratégicos:

- Sensibilizar a los funcionarios administrativos y docentes, sobre el Proceso de Comunicación Institucional.
- Fortalecer los canales y medios de comunicación utilizados.
- Gestionar contenido institucional.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

6.2 LÍNEA ESTRATÉGICA 2: IMAGEN INSTITUCIONAL

Esta línea estratégica está orientada a impulsar y mejorar la imagen interna y externa de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac).

6.2.1 Objetivo Estratégicos:

- Mejorar la percepción que tienen los funcionarios y la comunidad estudiantil con la gestión de la Institución.
- Lograr la permanencia y posicionamiento de la razón social UNIBAC.

7. INDICADORES:

- Publicaciones institucionales en medios de comunicación
- Seguidores en redes sociales
- Satisfacción al usuario

