



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
MAYOR DE CARTAGENA**



GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

PLAN DE COMUNICACIONES

2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
CONTEXTO ORGANIZACIONAL	5
Jefe de Comunicaciones	5
Periodista	5
Community manager	5
Productor audiovisual	5
Diseñador gráfico	5
Fotógrafo	5
Asesora de protocolo	5
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	7
Los públicos	7
OBJETIVOS.....	8
General	8
Específicos	8
TIPOS DE INFORMACIÓN	9
Notas de prensa	9
Banner	9
Historia de redes sociales.....	9
VTR en redes	9
Reels	9
Resumen semanal (Rápido y Claro)	9
FASES DEL PLAN DE COMUNICACIONES.....	10
Diagnóstico comunicacional	10
Caracterización de la información	10

Estrategias por desarrollar	10
Objetivos estratégicos y resultados	11
Medición	12
RECURSOS Y MEDIOS DE DIVULGACIÓN.....	13
Correo electrónico	13
Página web	13
Publicaciones	13
Pantalla de PC	13
Chat interno	13
Chat grupal	13
Redes sociales	14

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un aspecto clave en la Institución Universitaria Mayor de Cartagena (Umayor), formando parte de su proceso estratégico; esto, porque la información fluye constantemente entre estudiantes, profesores y personal administrativo para lograr una correcta articulación y asegurar el éxito de las operaciones y la calidad educativa.

En tal sentido, la Umayor trabaja día a día en el cumplimiento de su Misión, Visión y Proyecto Educativo Institucional, dando resultados que se comunican a la comunidad académica y al entorno social de la institución. Por eso, este plan de comunicaciones se elabora con el fin de generar los cauces necesarios y eficientes para la transmisión de la información, siguiendo los lineamientos del Plan de Desarrollo institucional y orientado por el Sistema Integrado de Gestión y las partes que interactúan en este.

CONTEXTO ORGANIZACIONAL

La Institución Universitaria Mayor de Cartagena cuenta con una Dirección de Comunicaciones que responde por el proceso de comunicación de las diferentes actividades, procesos, cambios administrativos y logros de las unidades académico-administrativas que se puedan generar en el día a día de la institución.

Desde esta dependencia se abordan dos frentes de gestión: las comunicaciones internas y externas; y para ello, se cuenta con los cargos de:

Jefe de Comunicaciones, encargado de diseñar y gestionar la estrategia comunicativa de la entidad y trabajarla en consonancia con el Plan de Desarrollo institucional y el Sistema Integrado de Gestión.

Periodista, con la misión de hacer reportería y cubrimiento de las diferentes actividades que se desarrollan en la institución.

Community Manager, quien cumple la tarea de actualizar la información en redes sociales de Umayor y materializa los lineamientos de divulgación en las mismas, siguiendo métricas y tendencias.

Productor audiovisual, con la responsabilidad de creación y edición de material empleado en las diversas plataformas y medios institucionales.

Diseñador gráfico, encargado de la elaboración de piezas visuales de apoyo a la gestión comunicativa.

Fotógrafo, con la tarea de plasmar en imágenes los diversos acontecimientos institucionales.

Asesora de protocolo, responsable de la organización y gestión de actos, con un alto grado de innovación y detalle.

La comunicación ha evolucionado en la institución al punto que nuevos canales de información han surgido por los avances tecnológicos. En este sentido, las redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn y Tik Tok) son herramientas que permiten potenciar los diferentes procesos que se desarrollan en la Institución Universitaria Mayor de Cartagena con el fin de dar a conocer los eventos, proyectos académicos, investigaciones, decisiones administrativas y proyectos sociales de impacto en el entorno, entre otros.

El área de Comunicaciones ha tenido una serie de variaciones a lo largo de los últimos años, haciendo parte en la actualidad de los procesos estratégicos que le apuntan a fortalecer la imagen de Umayor.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

La Institución Universitaria Mayor de Cartagena hace parte de un variado grupo de Instituciones de Educación Superior (IES) con asiento en la capital de Bolívar. Posee una oferta variada de programas que responden a las necesidades de formación del talento humano de la ciudad.

Como la mayoría de las IES, comunica sus procesos por medio de su página web, redes sociales, chats grupales internos y por medios de comunicación externos.

La apuesta comunicacional de este Plan de Comunicaciones se sustenta en la variedad de formatos que permiten las redes sociales, dando dinamismo al proceso comunicativo de Umayor, acorde a las nuevas tendencias.

Los públicos

La comunicación de la Institución Universitaria Mayor de Cartagena se enfoca en dos frentes (interno y externo); por lo tanto, sus públicos son distintos y reciben información diferente, para lo cual, se establecen canales de información específicos.

Dentro del público interno están integrados directivos, coordinadores, estudiantes, líderes de proceso, administrativos y docentes, que se informan por canales como página web, plataforma WAS, correo electrónico y redes sociales.

Dentro del público externo están los egresados, medios de comunicación, aliados, empleadores, representantes de otras universidades y entidades del Estado. Con ellos la comunicación se maneja primordialmente por redes sociales e informaciones en medios de comunicación.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar estrategias de comunicación organizacional y de visibilización, utilizando medios de comunicación eficaces que garanticen la difusión y el intercambio oportuno y transparente de la información con los diferentes grupos de interés internos y externos, además contribuyendo al posicionamiento de la institución.

Específicos

Optimizar la comunicación interna entre los diferentes miembros de la comunidad universitaria (estudiantes, profesores y personal administrativo), dando cuenta del plan de gobierno y los propósitos del Sistema Integrado de Gestión en el desarrollo institucional.

Fortalecer la imagen y presencia de la Umayor en su entorno social y académico, brindando mecanismos y espacios de comunicación y participación con las diferentes audiencias estratégicas.

Difundir información relevante sobre los programas de estudio, eventos y actividades universitarias.

Promover la interacción de los estudiantes en los diferentes canales de comunicación de la institución.

TIPO DE INFORMACIÓN

La Institución Universitaria Mayor de Cartagena de manera permanente genera información académica, investigativa, social y de proyección que repercute en su entorno social.

En su gestión diaria, la oficina de Comunicaciones ofrece a sus diversos públicos:

Notas de prensa: recogen el acontecer de la Umayor, el cual se plasma en noticias en la página web y en el feed de redes sociales.

Banner: pieza informativa de gran formato, empleada en el cabezote de la página web institucional. Por su envergadura suele ser llamativa.

Historias de redes sociales: contenido efímero con gran acogida por que su estructura permite enterarse de hechos de manera rápida.

VTR en redes: nota audiovisual de corta duración que se emite por redes sociales y genera gran impacto en la audiencia por su estilo fresco.

Reel: formato audiovisual de gran impacto para captar audiencias en redes como Tik Tok, Facebook e Instagram.

Resumen semanal “Rápido y Claro”: secuencia audiovisual destacando los principales hechos informativos de la semana en Umayor. Su plataforma de difusión son las redes sociales.

La oficina de Comunicaciones analiza la efectividad de los diferentes canales de comunicación de la Umayor para así determinar acciones que le permitirá difundir los diferentes mensajes con impacto en la comunidad educativa y en la ciudadanía.

FASES DEL PLAN DE COMUNICACIONES

Se ejecutará en las siguientes fases:

ACTIVIDAD	MESES
Diagnóstico comunicacional de Umayor	Enero-Febrero
Caracterización de la información	Marzo
Estrategias a desarrollar	Marzo-Diciembre
Medición del Plan	Junio - Diciembre

Diagnóstico comunicacional de Umayor: en esta fase se conocen las principales necesidades de la institución, en cuanto a sus procesos de comunicación interna y externa.

Caracterización de la información: en esta fase se ejecutan estrategias que marcarán el desarrollo de necesidades y fortalezas del proceso comunicativo de la institución.

Estrategias por desarrollar: en esta fase se pone en marcha diversas estrategias comunicativas.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	RESULTADO
Fortalecer presencia institucional en redes y plataformas sociales	-Evaluación diagnóstica de redes sociales institucionales. Definición y creación de contenido estratégico para incrementar interacciones. -Establecer parrilla de publicaciones. Revaluación de conceptos de diseño y formatos de publicación.	Creación de cuentas en nuevas redes sociales (Linkedin-Tik Tok). Incrementar en 20% el número de seguidores en redes. Publicaciones constantes de acuerdo a parrilla.
Estructurar los procesos de la oficina de Gestión de la Comunicación	Diagnóstico y consolidación de información auditable por entes internos y externos.	Creación de manual de información y del proceso de comunicaciones. Actualización de micrositio de comunicaciones en la página web institucional.
Posicionamiento de marca Umayor como Institución Universitaria	-Incrementar presencia en medios de comunicación. -Diseño de campaña institucional “La institución universitaria	Aumento en 5% de publicaciones en medios con relación al periodo 2022-2S. Puesta en marcha de campaña “La

	<p>de los cartageneros” que posicione el ideario de la institución de los cartageneros.</p> <p>-Presentación de proyecto emisora virtual Umayor.</p> <p>-Diseño y elaboración de Portafolio de servicios de Umayor.</p>	<p>institución universitaria de los cartageneros”</p>
<p>Transformaciones comunicativas</p>	<p>-Realizar piezas audiovisuales y notas periodísticas dinámicas y llamativas para transmitir la información en la institución.</p> <p>-Revisión y actualización de la página web de la universidad, con especial atención en la información sobre los programas de estudio y los requisitos de admisión.</p>	<p>Incremento en las interacciones en redes. Fácil comprensión y aceptación de la información.</p>

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA											
ACTIVIDAD	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	RESPONSABLE
Evaluación diagnóstica de redes sociales institucionales.	■	■									Community manager
Establecer parrilla de publicaciones.	■	■									Community manager
Revaluación de conceptos de diseño y formatos de publicación.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Director de Comunicaciones
Diseño de campaña institucional "La institución universitaria de los cartageneros" que posicione el ideario de la institución de los cartageneros.					■	■	■	■	■	■	Director de Comunicaciones - Periodista
Presentación de proyecto emisora virtual Umayor.	■	■	■	■	■	■					Director de Comunicaciones
Diseño y elaboración de Portafolio de servicios de Umayor.	■	■	■	■							Director de Comunicaciones - Diseñadora Gráfica
Realizar piezas audiovisuales y notas periodísticas dinámicas y llamativas para transmitir la información en la institución.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Periodista-Productor Audiovisual
Capacitación a funcionarios sobre atención al público.				■	■	■					Asesora de protocolo
Revisión y actualización de la página web de la universidad, con especial atención en la información sobre los programas de estudio y los requisitos de admisión.		■	■	■							Periodista

Medición: Análisis de resultados obtenidos en el periodo

RECURSOS Y MEDIOS DE DIVULGACIÓN

Los medios de divulgación serán:

Correo electrónico institucional

Es la herramienta más importante y la más empleada para fines de comunicación interna y externa, debido a que recoge la gestión diaria de los diversos estamentos institucionales. Está dirigido a públicos internos (personal administrativo, docentes, estudiantes) y algunos públicos externos.

Página web

Se considera como una herramienta importante para divulgar las políticas institucionales y sus logros, así como para dar cuenta de la implementación del Sistema Integrado de Gestión.

Publicaciones

Se diseñan periódicamente folletos, banners, pendones y piezas digitales para redes sociales con información útil para los diversos públicos que interactúan con Umayor.

Pantallas de PC

Utilizar las pantallas de los equipos de cómputos institucionales como medio informativo para divulgar los mensajes de mayor importancia que requieran ser comunicados a las partes interesadas.

Chat interno

Este medio de comunicación es un servicio de mensajería instantánea utilizado para facilitar el flujo de la información del personal interno.

Chats grupales de WhatsApp

Es un canal de comunicación interno, entre directivos de la institución y equipos de trabajo específico, para dar información específica sobre tareas o actividades generales.

Redes sociales

Son plataformas de comunicación con contenido variado generado por los diferentes públicos de la institución. Sus formatos de difusión son versátiles, cortos, amenos y facilitan la interacción e intercambio de información.