



Plan Estratégico de Comunicaciones

Corporación Universitaria Empresarial
Alexander von Humboldt

Filial de:



¿Qué es?

El Plan Estratégico de Comunicaciones es la carta de navegación que diseña y regula los flujos de información que circulan en los niveles interno y externo de la institución.

[Es el documento que reglamenta quién dice, qué dice, a quiénes se lo dice y cuándo lo dice]

Fases del Plan de Comunicaciones



[En la universidad la fase diagnóstica inició en el año 2016 y se espera que la ejecución del plan sea evaluada parcialmente en diciembre de 2017]

Plan Estratégico de Comunicaciones

RESUMEN EJECUTIVO

Corporación Universitaria Empresarial
Alexander von Humboldt

Diseño y desarrollo:

*Unidad de Mercadeo y Proyección Social
Coordinación de Comunicaciones y Publicidad
2017*



Corporación Universitaria Empresarial

**Alexander
von Humboldt**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Antecedentes

Evolución del manejo de Comunicaciones en la institución



2001-2010

La unidad de Mercadeo contaba con asesoría externa para el manejo de las comunicaciones corporativas y piezas publicitarias.



2010-2015

Se vinculó a un practicante de Comunicación Social, que empezó a brindar apoyo en el manejo de comunicaciones.



2015-2016

Se vinculó a una persona encargada de manejar las comunicaciones corporativas y la publicidad.



2016-2017

Se inicia la construcción del Plan Estratégico de Comunicaciones tras establecer los antecedentes y necesidades.



Necesidades

Coherentes con la Misión y Visión de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt, así como con su Plan de Desarrollo Institucional, PDI, y teniendo en cuenta que es una organización joven y en etapa de crecimiento y expansión, el Plan Estratégico de Comunicaciones de la organización debe estar dirigido al posicionamiento de marca institucional, y a la creación y refuerzo de canales de comunicación a nivel interno y externo.

01



PLANEAR

Desarrollar un plan estratégico de comunicaciones en el que se incluya un Manual de Comunicaciones Corporativas y Manual de Identidad Visual.

02



ARTICULAR

Establecer e implementar protocolos para los flujos de información al interior y exterior de la institución, para dar un orden a los procesos de comunicación.

03



FORTALECER

Aprovechar y reestructurar los canales de comunicación existentes en la institución y fomentar el sentido de pertenencia a través del flujo de información.

04



CONECTAR

Priorizar el manejo de las comunicaciones corporativas a través de medios digitales como el correo electrónico, el más consultado por colaboradores, docentes y estudiantes.



Objetivos

Nivel externo

Consolidar un Plan Estratégico de Comunicaciones que supla las necesidades de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt, cumpliendo con los requisitos de la institución, apoyando al posicionamiento de la marca, generando recordación y diferenciación positiva en sus grupos de interés, en el ámbito regional y entre las demás entidades de educación superior del país.

TÁCTICA

A

Generación de posicionamiento de marca a través del fortalecimiento y visibilidad de la imagen

TÁCTICA

B

Mejoramiento de relación con los grupos de interés



Corporación Universitaria Empresarial
**Alexander
von Humboldt**
VIGILADA MINEDUCACIÓN

Objetivos

Nivel interno

Creación y adaptación de canales de comunicación internos

TÁCTICA

A

Crear una agenda de publicación semanal del boletín informativo institucional.

TÁCTICA

B

Optimizar el sitio web institucional para que cumpla con las necesidades técnicas de la institución.

TÁCTICA

C

Desarrollar un Manual de Identidad Visual Corporativa.

TÁCTICA

D

Crear e implementar un Manual de Comunicaciones Corporativas.

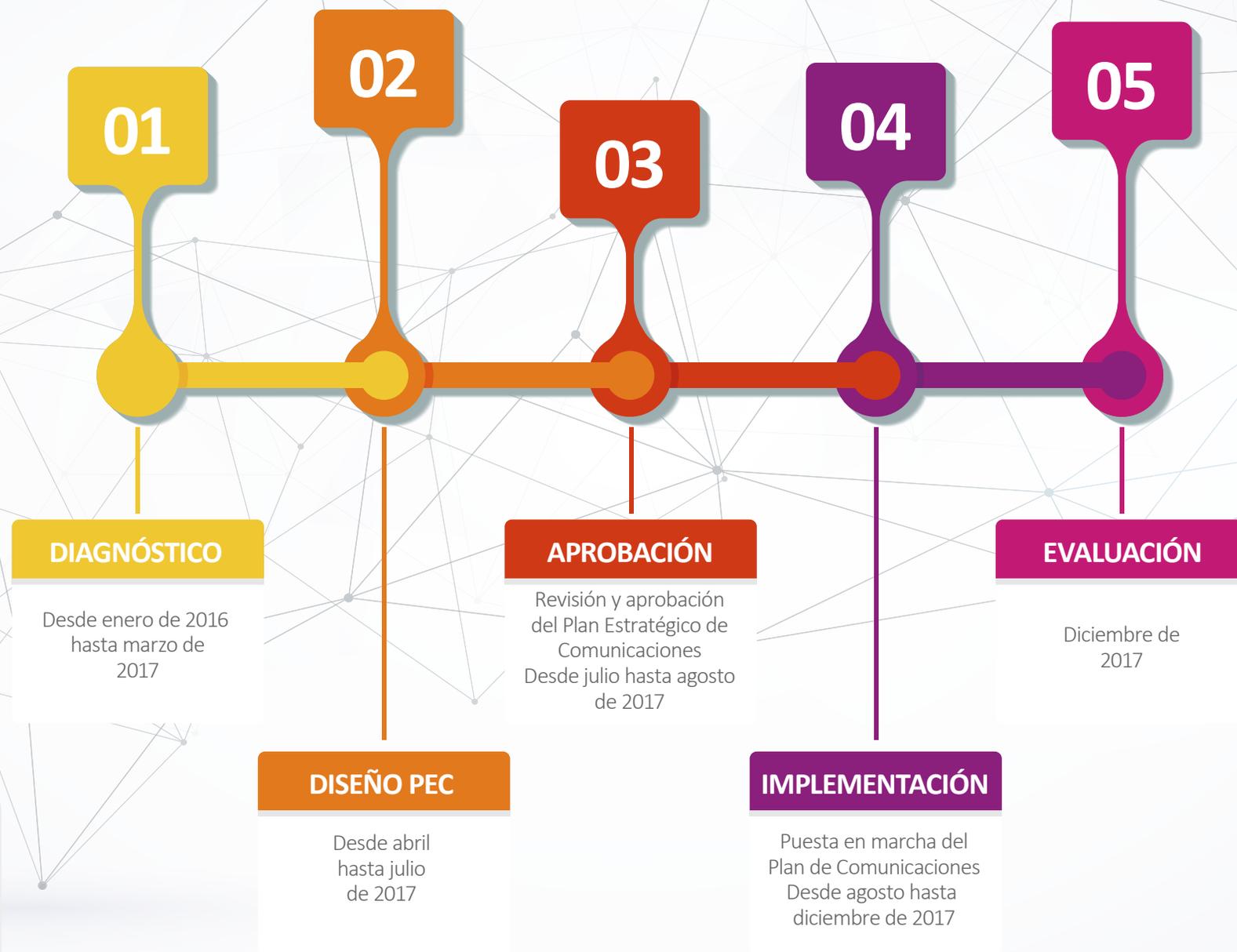
TÁCTICA

E

Establecer canales de comunicación para el Sistema de Gestión de la Calidad y del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.



Cronograma



EJECUCIÓN

Manual de Comunicaciones Corporativas

Corporación Universitaria Empresarial
Alexander von Humboldt

Diseño:
Unidad de Mercadeo y Proyección Social
Coordinación de Comunicaciones y Publicidad
2017



Políticas de comunicación

Objetivo

Estructurar las directrices que rigen los procesos de comunicación corporativa de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt con el fin de regular el flujo de información y generar una adecuada comunicación interna y externa con cada uno de los grupos de interés.

Alcance

Las políticas de comunicación corporativa están concebidas para que sean adoptadas de forma permanente por la alta dirección de la universidad, los líderes de cada facultad, dependencia o proceso, así como los colaboradores, docentes, estudiantes, y en general todas las personas que generen y reciban información de la institución.



Políticas de comunicación

Términos

- **Manual de Comunicación Corporativa:** Herramienta en la que se especifica cómo se deben realizar los procesos de comunicación interna y externa de la institución.
- **Manual de Identidad Visual:** Herramienta en la que se especifican los usos permitidos y no permitidos de los elementos que conforman la identidad visual de la institución, como logotipo, tipografías, colores, imágenes, eslogan, entre otros.
- **Boletín de prensa – boletín informativo:** Documento elaborado desde la oficina de comunicaciones de la institución en el que se dan a conocer hechos relevantes de actualidad con el objetivo de que sean difundidos a través de los medios de comunicación o para conocimiento en general de los diferentes grupos de interés de la universidad.
- **Redes sociales:** Plataformas desarrolladas en internet, en donde personas de diferentes círculos sociales crean perfiles para poder interactuar con otras personas, entidades y comunidades.



Políticas de comunicación

Políticas, desde la oficina de comunicaciones para promover un adecuado proceso de comunicación interna y externa en la institución en general

Garantizar que los grupos de interés de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt reciban información veraz, clara y oportuna a través de los canales de comunicación dispuestos en la institución.

Transmitir a través de los canales de comunicación dispuestos por la institución, información amplia, clara, oportuna, veraz y pertinente, facilitando los procesos de comunicación con el objetivo de eliminar los rumores, la manipulación y tergiversación de la información.

Fomentar el uso adecuado de los canales de comunicación dispuestos, para que la transmisión de información sea oportuna, veraz, asertiva y asociada a los valores corporativos.

Propiciar medios, espacios, canales y formas de comunicación que contribuyan a generar un flujo efectivo de la información al interior y exterior de la universidad.

Garantizar el uso adecuado y eficiente de los manuales de Comunicación Corporativa e Identidad Visual Corporativa diseñados para la institución.

Promover, difundir y contribuir en el fortalecimiento de la imagen institucional de la Corporación ante sus diferentes grupos de interés.



Políticas de comunicación

Políticas, desde la oficina de comunicaciones para la comunicación ante medios masivos

Toda información que sea solicitada a la institución por los medios de comunicación debe ser canalizada a través de la oficina de comunicaciones de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt.

La oficina de comunicaciones de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt se encargará de brindar información oportuna, veraz y pertinente sobre los hechos que requiera difundir la institución.

La oficina de comunicaciones de la institución suministrará a los medios de comunicación el material de apoyo (fotografías, textos, logotipos, etc), que sean requeridas para publicaciones referentes a la institución.

A través de la oficina de comunicaciones y con autorización de la alta dirección, se concertará quien hará las veces de vocero de la institución cuando los medios de comunicación lo requieran, y dependiendo la pertinencia de la información solicitada.

Políticas de comunicación

Políticas desde la institución para las comunicaciones en el sitio web institucional

La oficina de comunicaciones de la institución se encargará de actualizar periódicamente, o cuando sea expresamente requerido, los contenidos de la página web www.cue.edu.co

La Corporación deberá contar con un equipo técnico (interno o proveedor externo), encargado de brindar soporte técnico pertinente para el sitio web institucional www.cue.edu.co.

El suministro de documentos y contenidos que se deben publicar en el sitio web institucional es responsabilidad de los líderes de cada dependencia o facultad de la institución. Será cada dependencia o facultad quien coordine, suministre y verifique la publicación oportuna y adecuada de la información, previa solicitud de apoyo a la oficina de comunicaciones a través de los formatos destinados para tal fin.

La información publicada en el sitio web institucional debe cumplir con las exigencias de Ley que hagan parte de la normatividad aplicada a la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt.

La información difundida en el sitio web de la universidad debe ser clara, precisa, de lenguaje sencillo, respetando las normas de ortografía. Debe ser coherente y respetar los lineamientos de los manuales de Comunicación Corporativa y de Identidad Visual Corporativa.



Políticas de comunicación

Políticas para la comunicación a través de redes sociales

La Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt solo tendrá un perfil autorizado por red social. En Facebook como 'Universidad Alexander von Humboldt'; en Twitter como '@Uvonhumboldt'; en Instagram como '@Uvonhumboldt'; y en YouTube como 'Universidad Alexander von Humboldt'.

Las cuentas en redes sociales de la Corporación solo podrán ser administradas por la oficina de comunicaciones, que además se encargará de determinar la pertinencia y frecuencia de la publicación de información en estos medios.

La información que se difunda a través de las redes sociales deberá ser oficial, oportuna, veraz y expresamente relacionada con la función sustantiva de la institución.

La información publicada en redes sociales deberá ser validada en su contenido y redacción antes de ser publicada y deberá cumplir con las reglas de ortografía.

Ningún funcionario de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt, ajeno a la oficina de Comunicaciones, podrá utilizar el nombre, logotipo y demás elementos de identidad corporativa de la institución para crear perfiles en redes sociales. Las facultades y dependencias que así lo requieran, deberán hacer una solicitud a la oficina de comunicaciones, desde donde se elevarán las consultas pertinentes y se determinará la aprobación o no de este uso de la marca.



Políticas de comunicación

Políticas de comunicación a través del correo electrónico corporativo

Las cuentas de correo electrónico @cue.edu.co son para uso exclusivo de temas laborales y profesionales.

Cada funcionario será responsable de las comunicaciones que se envíen o reciban a través del correo electrónico corporativo.

Todos los correos masivos que se envíen a la comunidad académica a través del correo todos@cue.edu.co deberán ser canalizados a través de la oficina de comunicaciones. La información que se envíe a través de este medio deberá ser de tipo estrictamente institucional.

El envío de mensajes publicitarios de la Corporación deberá ser canalizado y supervisado por la oficina de comunicaciones de la institución.

Todos los correos electrónicos de funcionarios deberán hacer uso de la firma digital institucional que será suministrada por la oficina de Comunicaciones.

Se prohíbe expresamente el uso del correo @cue.edu.co para el envío de mensajes con contenido religioso, político, sexista, pornográfico, publicidad ajena a la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt, mensajes que promuevan prácticas ilícitas y/o cualquier tipo de mensajes que vayan en contra de las leyes, la moral y las buenas costumbres.

Se prohíbe el uso del correo @cue.edu.co para registros personales en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, entre otras.



Políticas de comunicación

Políticas para la comunicación vía telefónica

Todos los funcionarios de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt están en la obligación de atender de manera oportuna y cordial las llamadas que ingresan a la institución.

Todos los funcionarios que hagan uso del teléfono, reciban o realicen llamadas, deben brindar la información completa y veraz a clientes, compañeros, proveedores y comunidad en general. En las llamadas se debe contar con los protocolos mínimos para la atención telefónica, como saludar adecuadamente, mencionar el nombre y área de la que contesta el teléfono y ponerse a disposición de la persona que está al otro lado de la línea.

Política para el uso de fotografías, imágenes corporativas, audios y logotipos

Todas las fotografías, imágenes, piezas publicitarias, videos, cuñas radiales, usos de logotipo, entre otras publicaciones que involucren la identidad visual corporativa de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt deberán ser supervisadas y aprobadas por la oficina de comunicaciones de la institución.

Flujos de comunicación

COMUNICACIÓN EXTERNA

La universidad genera información y la transmite a sus grupos de interés externos, así mismo, recibe información de sus grupos de interés.

En síntesis, es un flujo de comunicación mutua en la que se presenta una retroalimentación constante.



Flujos de comunicación



Flujo de comunicación del nivel interno hacia el nivel externo e interno

Antes de hacer pública cualquier información de tipo noticioso o publicitario que salga de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt es fundamental hacer una revisión de su contenido, desde una mirada multidisciplinaria.

Se deben tener en cuenta aspectos legales, de oportunidad, veracidad, asertividad, y coherencia con la imagen corporativa.

En ese sentido, la oficina de comunicaciones de la institución debe ser la dependencia que reciba la información aprobada desde la alta dirección, se encargue de verificar la mencionada revisión, y de transmitirla a los respectivos grupos de



Flujos de comunicación

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación al interior de la institución generalmente se da de forma jerárquica, descendente, es decir, se produce información en los niveles más altos y empieza a descender a los niveles más bajos, con episodios de retroalimentación, según la pertinencia del tema.

Flujo de comunicación desde la alta dirección hasta los niveles inferiores



Flujos de comunicación

Flujo de comunicación desde la facultad o dependencia hacia la alta dirección, para posterior transmisión a niveles inferiores



Flujos de comunicación

Flujo de comunicación en la alta dirección

Vicerrectorías

* Académica

* Administrativa y Financiera

Recibe las solicitudes de las facultades y/o dependencias y las eleva a la rectoría para su aprobación o revisión.



Rectoría

Recibe las solicitudes de las vicerrectorías, las revisa y autoriza para su posterior ejecución.



Flujos de comunicación

**Flujo de comunicación desde la alta dirección
a los niveles operativos**

**Alta
Dirección**

Emite el mensaje inicial.

Da instrucciones precisas.



**Nivel
operativo**

Recibe el mensaje.

Ejecuta las instrucciones.



Flujos de comunicación

Flujo de comunicación entre dependencias para transmitir requerimientos a los niveles operativos



Canales

CANALES DE COMUNICACIÓN PARA EL NIVEL INTERNO

BOLETÍN INFORMATIVO

Compilado de noticias internas de la institución que se difunde a través del correo electrónico.

CARTELERAS INFORMATIVAS

Ubicadas en las diferentes sedes de la universidad y asociadas a cada una de las dependencias.

SISTEMA DE INFORMACIÓN - Q10

Plataforma para trámites de tipo académico, donde interactúan estudiantes, docentes y administrativos.

LÍNEAS TELEFÓNICAS

Medio tradicional de comunicación interna y externa, que conecta a todas las dependencias.

MEMORANDO

Comunicación directa entre la alta dirección o la oficina de Talento Humano a un funcionario determinado.

Canales

CANALES DE COMUNICACIÓN PARA EL NIVEL EXTERNO

BOLETÍN DE PRENSA

Este contenido se envía a los grupos de interés a través de correos electrónicos.

SITIO WEB INSTITUCIONAL

Se publican ofertas académicas, documentos de ley, calendarios académicos, convocatorias, entre otros.

REDES SOCIALES

En estas plataformas se difunden hechos noticiosos, ofertas académicas, eventos sociales, publicidad, entre otros.

PIEZAS PUBLICITARIAS

Se utilizan para la difusión de oferta académica de la institución y difusión de hechos de gran trascendencia.

PROGRAMA RADIAL

Espacio para difundir los hechos de actualidad académica de la institución.

Reglamentación

DESDE EL NIVEL INTERNO HACIA LOS GRUPOS DE INTERÉS

Boletín informativo o de prensa:

Cuando se trata de una noticia, hecho de actualidad, invitación o socialización de un suceso determinado, que se quiere dar a conocer a los medios de comunicación, la comunidad y en general a los grupos de interés internos y externos.

Publicación en sitio web institucional:

Cuando se trata de una publicación exigida por la Ley, como resoluciones, acuerdos, convocatorias, calendarios académicos, entre otros documentos. También para difundir la información contenida en los boletines informativos, programas radiales.

Redes sociales:

Se utilizan como medio publicitario, además de la publicación de información de actualidad del acontecer cotidiano de la universidad, seleccionada, programada y difundida desde la oficina de comunicaciones de la institución.

Programa radial institucional:

Espacio destinado a la difusión de hechos de actualidad académica de la institución, que es coordinado desde la oficina de comunicaciones de la institución, y cuenta con el acompañamiento de las facultades.

Reglamentación

DESDE LA ALTA DIRECCIÓN HACIA EL NIVEL OPERATIVO

Memorando:

Enviado desde la alta dirección a una facultad o dependencia, para que desde allí se haga llegar la instrucción al nivel operativo.

Correo electrónico:

Enviado directamente al funcionario del nivel operativo para transmitir la instrucción, o a la facultad o dependencia para que desde allí se replique la información.

Teléfono interno:

Contactando directamente al funcionario del nivel operativo para darle la instrucción, o a la facultad o dependencia para que desde allí se transmita la información.



Reglamentación

DESDE LA FACULTAD O DEPENDENCIA HACIA EL NIVEL OPERATIVO

Cuando la facultad o dependencia requiera dar una instrucción específica de su área, que requiera la aprobación de la alta dirección, el proceso se divide en dos pasos.

- Paso 1: Envío de correo electrónico, memorando o llamada telefónica para solicitar aprobación de la alta dirección.
- Paso 2: Transmisión de la información a los niveles operativos a través de correo electrónico, memorando o llamada telefónica.

NOTA: En caso de no ser necesaria la aprobación por parte de la alta dirección, el proceso de comunicación interna en este caso solo se da con el paso 2.





Corporación Universitaria Empresarial

Alexander von Humboldt

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Diseño y desarrollo:
Unidad de Mercadeo y Proyección Social
Coordinación de Comunicaciones y Publicidad
2017

Filial de:



**CÁMARA
DE COMERCIO**
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO