

PROYECTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA PROMOCIÓN INSTITUCIONAL

Objetivo institucional	Proyecto transversal a los siete objetivos institucionales
Macroproceso	Direccionamiento Institucional
Código	PDI – TRSV – GCPI – 036

1

1. Descripción del Proyecto

El proyecto busca implementar un sistema institucional de comunicaciones que permita a la Universidad resolver la problemática existente, partiendo de un modelo de comunicación pública conformado por cuatro componentes: corporativo, organizacional, informativo y movilizador, que de forma integral, gestione la receptividad institucional.

2. Justificación

Las funciones esenciales de toda institución de educación superior se enmarcan tradicionalmente en la docencia, investigación y extensión, las que a su vez generan todo tipo de interrelaciones en los campos de la ciencia, tecnología, arte, cultura y humanismo, y una serie de conocimientos, productos y servicios destinados a impactar a la sociedad en diferentes escalas.

Sin embargo todo ello no es visible sin un elemento fundamental de carácter transversal: la comunicación pública, transmisora esencial de la información que fluye entre las fuentes y sus destinatarios internos y externos.

Teniendo en cuenta la intervención Institucional en procesos educativos de gran escala se requiere contar con este componente de manera clara, explícita y de carácter integral.

3. Involucrados

Instancias o dependencias participantes de la UTP: Las diferentes dependencias involucradas en la consolidación del sistema institucional de comunicaciones, además de todas las participantes del mismo sistema que en general se resumen en todas las dependencias y oficinas de la Universidad.

Actores o entidades externas a la UTP que participan en el proyecto: Medios de comunicación externos.

4. Objetivo

Consolidar un sistema de comunicación receptivo que atienda efectivamente las necesidades de comunicación de los grupos de interés (Docentes – administrativo – estudiantes – egresados - jubilados y externos).

5. Planes Operativos

- Gestión de la comunicación corporativa: Socializar interna y externamente el sistema institucional de comunicaciones. Evaluar impacto de las estrategias de socialización utilizadas.
- Gestión de la comunicación organizacional: Institucionalizar un Comité General de Comunicaciones que garantice coherencia en la emisión del mensaje comunicativo institucional. Definir roles para la gestión de la comunicación e información por dependencias. Formalizar líderes de opinión que sirvan de enlace entre la dependencia y el sistema de comunicaciones. Consolidar espacios para la interacción de los distintos actores de la comunidad Universitaria. Desarrollar actividades formativas en

aptitudes comunicacionales. Evaluar los componentes de comunicación pública propuestos en el sistema.

- Gestión de la comunicación informativa: Administrar los flujos de información con públicos objetivo.
- Gestión de la comunicación movilizadora: Establecer alianzas con instituciones públicas y privadas para desarrollar campañas y actividades de carácter social. Generar espacios permanentes que permitan el debate y movilizar opinión pública tales como: canal de distribución de noticias, blogs especializados, foros, mesas de trabajo. Establecer vínculos con otros medios alternativos de comunicación, como los colectivos (redes sociales, murales y expresiones culturales).

3

6. Anexos

- Ficha detallada del proyecto
- Presentación del proyecto

