|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| UNISANPABLO - YouTube | **PROCEDIMIENTO**  **COMUNICACIONES** | **CÓDIGO: PR-RI-COM-01** |
| **VERSIÓN: 1** |
| **FECHA: 28/MAYO/2024** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | |  | **1. OBJETIVO:** Describir y ejecutar un enfoque completo y eficaz de comunicación corporativa tanto interna como externa, con el propósito de unificar los procesos, consolidar la identidad organizacional, mejorar la percepción y reputación de la organización, en línea con los objetivos y tácticas definidos por la institución. | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | |  | **2. ALCANCE:** Comienza desde la evaluación inicial de la comunicación interna y externa hasta la implementación de planes para satisfacer las necesidades comunicativas. Esto implica una supervisión continua para promover interacciones sólidas entre los miembros de la comunidad universitaria y resaltar los logros y contribuciones del cuerpo académico | |

|  |
| --- |
| **3. DEFINICIONES:** |
| |  | | --- | |  |  |  |  | | --- | --- | |  | -**Plataforma Q10:** se trata de una plataforma de gestión empresarial que integra múltiples herramientas y funciones para facilitar la administración de proyectos, la colaboración entre equipos, el seguimiento de tareas, la gestión del tiempo, seguimiento académico y financiero entre otros aspectos relacionados con la productividad y la eficiencia en el trabajo  - **Correo institucional:** El correo institucional es una cuenta de correo electrónico proporcionada por una organización, empresa, institución educativa u otro tipo de entidad para uso exclusivo de sus empleados, estudiantes u miembros asociada en este caso con GMAIL  -**Redes sociales**: Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a los usuarios crear perfiles o cuentas, conectarse con otros usuarios y compartir contenido, como texto, imágenes, videos y enlaces. Estas plataformas facilitan la interacción social, permitiendo a los usuarios comunicarse, colaborar, compartir intereses comunes y establecer relaciones personales o profesionales. Ejemplos populares de redes sociales incluyen Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y TikTok.  - **PQRF:** Las PQRF son las siglas de "Preguntas, Quejas, Reclamos y Felicitaciones". Este término se utiliza comúnmente en el ámbito de la atención al cliente y la gestión de calidad en las organizaciones.  **4. DESARROLLO:**  PR-RI-COM-01 COMUNICACIONES | |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RESPONSABLE** | **ACTIVIDAD** | **DOCUMENTOS** |
| Comunicaciones | 1. Recibir solicitud de piezas publicitarias, publicaciones en redes sociales, o información de rectoría.  Se entrega solicitud por correo electrónico, vía whatsapp o de forma física, y se verifica la necesidad para validar el conducto regular de la respuesta.    Si, ingresa la solicitud y es de mercadeo, continuar con actividad 2  Si no, continuar con la actividad 3 | Solicitud de Piezas publicitarias, publicaciones en redes sociales |
| Rectoría o área encargada | 1. Verificar la solicitud de piezas o información   Se verifica que las piezas o la información cumpla con los requisitos solicitados.  Si cumple con los requisitos actividad 3  Si no cumple con los requisitos continuar Actividad 1 | Piezas publicitarias, publicaciones en redes sociales |
| Comunicaciones | 1. Entregar definitivamente la pieza o información solicitada.   Se entrega la pieza o la información solicitada al área encargada.  Si es para el rector continuar actividad 4  Si no, continuar actividad 5 |  |
| Rector | 1. Brindar información a los medios   Se brinda la información a los medios Nacionales o Internacionales, para dar claridad. | Boletín de comunicación |
| Comunicaciones | 1. Publicar información en las redes sociales y Whatsapp.   Se brinda información de interés como por ejemplo apertura de cursos o programas para la comunidad y mensajes motivacionales. | Banner para la publicación |
| Mercadeo | 1. Desarrollar piezas promocionales   Se desarrollan las piezas necesarias para informar de programas nuevos, cursos y actividades. Y cargar a Q10  Fin de procedimiento. | Piezas publicitarias, publicaciones en redes sociales |

|  |
| --- |
|  |
| |  |  | | --- | --- | | **DOCUMENTACIÓN** | | | **CÓDIGO** | **NOMBRE** | |  | |  |  | | --- | --- | |  |  | | |  | |  |  | | --- | --- | |  |  | | |  | |  |  | | --- | --- | |  |  | | |  | |  |  | | --- | --- | |  |  | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VERSIÓN** | **FECHA** | **RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN** |
| 1 | 28/05/2024 | |  |  | | --- | --- | |  | Se realiza el procedimiento. | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ELABORÓ** | **REVISÓ** | **APROBÓ** |
| |  |  | | --- | --- | | **Nombre:** | Carlos Eduardo Escobar Moreno | | **Cargo:** | Profesional de desarrollo estratégico | | **Fecha:** | 28/05/2024 | | |  |  | | --- | --- | | **Nombre:** | Martha Esperanza Rodriguez | | **Cargo:** | Calidad, Procesos y Riesgos | | **Fecha:** | 8/07/2024 | | |  |  | | --- | --- | | **Nombre:** | Padre Henry Hueso | | **Cargo:** | Rector | | **Fecha:** | 11/07/2024 | |