

	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS UNISANPABLO		Código: CR-RI-COM		
	RELACIONES INTERINSTITUCIONALES		Versión: 1		
	COMUNICACIÓN		Fecha: 06/Nov/2023		
PROCESO					
NOMBRE: Comunicación		ALCANCE: Inicia con actividades de planeación, ejecución, evaluación y mejora, y busca impactar la imagen institucional.			
OBJETIVO: Coordinar las actividades de comunicación institucional interna y externa, a través de la difusión y publicación oportuna de la información generada por la Institución y de interés general de la misma, con el fin de garantizar la visibilidad, el posicionamiento y el mejoramiento de la imagen institucional.					
PROVEEDORES	ENTRADAS	PHVA	DESCRIPCIÓN	SALIDAS	CLIENTES
EXTERNOS (P1) Entidades gubernamentales o del sector privado. (P2) Redes universitarias y asociaciones del sector educativo. (P3) Medios de comunicación externos. INTERNOS.	(E1) Agendas públicas. (E2, E3) Información de interés del sector, investigación, docencia y proyección social. (E4) Necesidades de	P	1. Estructurar el Modelo Estratégico de Comunicación. 2. Formular y mantener la Política de Comunicaciones a través del Plan Estratégico de Comunicaciones y la formulación de sus Planes de Acción. 3. Identificar necesidades de comunicación 4. Diseñar y aprobar el plan integral de comunicación interna y externa.	(S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S12, S13) Modelo Estratégico de Comunicación Corporativa. (S7, S12, S13) Plan integral de comunicación interna y externa. (S4, S9, S10) Plan de	EXTERNOS (C1) IES nacionales e internacionales. (C2) Entidades gubernamentales y no gubernamentales. (C3) Entidades públicas y privadas. (C4) Medios de comunicación externos.
		H	5. Socializar el Modelo Estratégico de Comunicación.		

<p>(P4) Proceso Planeación Estratégica.</p> <p>(P5) Proceso Aseguramiento de la Calidad de los procesos.</p> <p>(P6) Proceso Gestión Editorial.</p> <p>(P7) Proceso Comercialización y Ventas</p> <p>(P8) Todos los procesos.</p>	<p>comunicación estratégicas.</p> <p>(E5) Caracterización de proceso creado o mejorado</p> <p>(E6) Catálogo de Publicaciones.</p> <p>(E7) Plan de Divulgación de campaña por periodo de matrícula a nivel orgánico.</p> <p>(E8) Necesidades de comunicación de acuerdo a los planes operativos.</p>		<p>6. Promover la participación oral y escrita con inclusión de la comunidad en general, a través de los medios de la institución posicionándola y desarrollando Eventos, Foros, Seminarios, Revistas, Páginas Web, Libros, Programas radiales, entre otros.</p> <p>7. Socializar el plan integral de comunicación interna y externa.</p>	<p>Relaciones Públicas.</p> <p>(S13) Uso y aplicación de imagen y marca institucional.</p> <p>(S13) Manejo de Voceros.</p> <p>(S13) Asesoría integral en comunicación.</p> <p>(S8) Medición y evaluación de canales de comunicación.</p> <p>(S8) Informe del Modelo Estratégico de Comunicación.</p> <p>(S8, S11) Resultados de la medición de posicionamiento y prestigio.</p> <p>(S8, S13) Informes de seguimiento.</p>	<p>(C5) Aspirantes</p> <p>(C6) Estudiantes.</p> <p>(C7) Graduados.</p> <p>INTERNOS</p> <p>(C8) Proceso Planeación Estratégica.</p> <p>(C9) Proceso Alianzas e Iniciativas Estratégicas.</p> <p>(C10) Proceso de Asuntos Globales.</p> <p>(C11) Proceso Inteligencia de Mercado.</p> <p>(C12) Proceso Relación con Egresados y Graduados</p> <p>(C16) Todos los procesos.</p>
		V	<p>9. Verificar la ejecución del plan integral de comunicación interna y externa.</p> <p>10. Presentar resultados del plan integral de comunicación interna y externa.</p> <p>11. Generar informes de seguimiento de la planeación y gestión del proceso.</p> <p>12. Realizar el seguimiento al impacto de las acciones realizadas tendientes al posicionamiento de la institución.</p>		
		A	<p>13. Establecer Plan de Mejoramiento (Acciones Correctivas y Preventivas).</p>		
REQUISITOS LEGALES Y NORMATIVOS			DIAGRAMA DE PROCESO - ROLES Y RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none">• Plan de Desarrollo Institucional• Matriz de requisitos ISO• Ver requisitos legales y normativos			<ul style="list-style-type: none">• Ver diagrama de flujo		

<ul style="list-style-type: none"> • Ver Matriz de alineación de los procesos del Plan de Desarrollo Institucional 		
INDICADORES		REQUISITOS Y NECESIDADES DE LAS PARTES INTERESADAS
Indicadores		<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de partes interesadas pertinentes UNISANPABLO
DOCUMENTOS ASOCIADOS		
VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1		Creación del proceso
ELABORÓ		APROBÓ
Nombre: Cargo: Fecha:		Nombre: Cargo: Fecha:
		Nombre: Cargo: Fecha:
		Nombre: Cargo: Fecha: