




 UNIVERSIDAD DE MANIZALES	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA UNIVVERSIDAD DE MANIZALES		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-002
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	24/05/2023
			<b>PÁGINA</b>	1 de 5

<b>OBJETIVO</b>	Describir las actividades que intervienen en el fortalecimiento de la identidad institucional a través de la optimización de la comunicación interna y externa.
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la identificación de las necesidades comunicativas de la Institución y finaliza con la ejecución y seguimiento de las estrategias de comunicación.
<b>MARCO NORMATIVO</b>	Manual de uso de marca de la Universidad de Manizales. Política de Comunicaciones Algunas normativas que aplican de acuerdo al tipo de temática que se aborda en la comunicación:
<b>DEFINICIONES</b>	<b>Lectorabilidad:</b> La facilidad/dificultad con la que un texto puede ser leído y comprendido. <b>Mailing:</b> Envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada. <b>Comunicación interna:</b> “el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas” <b>Comunicación externa:</b> “Proceso de interacción hacia los accionistas, medios de comunicación y clientes con el objetivo de propiciar relaciones favorables, crear valor e impulsar la venta de bienes y servicios”
<b>DOCUMENTOS DE REFERENCIA</b>	Periódicos y noticias regionales, nacionales e internacionales



PASO	RESPONSABLE/ DEPENDENCIA	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1.	Dirección de Comunicaciones y Mercadeo.	<b>Asignar responsabilidades.</b>  La Dirección de Comunicaciones y Mercadeo asigna responsabilidades a cada integrante de su equipo de comunicación, para que abarquen todas las necesidades comunicativas de las áreas, dependencias y facultades de la Universidad de Manizales.

 UNIVERSIDAD DE MANIZALES	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA UNIVVERSIDAD DE MANIZALES		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-002
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	24/05/2023
			<b>PÁGINA</b>	2 de 5



2.	Dirección de Comunicaciones y Mercadeo  Equipo de comunicación.	<b>Recibir solicitud.</b>  Se recibe la solicitud y se asigna a Comunicación interna o externa dependiendo de sus características  <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Comunicación interna</th> <th style="width: 50%;">Comunicación externa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recibe solicitud con información de interés interno o algún requerimiento interno de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo</td> <td>Recibe solicitud de difusión hacia públicos externos</td> </tr> </tbody> </table> -A cada comunicador le llega al correo electrónico o WhatsApp las solicitudes de comunicación de las áreas, dependencias o facultades que tiene a su cargo.  -Si a un comunicador le llega una solicitud de un área, dependencia o facultad que no esté a su cargo, esta solicitud deberá ser remitida al comunicador responsable.	Comunicación interna	Comunicación externa	Recibe solicitud con información de interés interno o algún requerimiento interno de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo	Recibe solicitud de difusión hacia públicos externos			
Comunicación interna	Comunicación externa								
Recibe solicitud con información de interés interno o algún requerimiento interno de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo	Recibe solicitud de difusión hacia públicos externos								
3.	Profesional de comunicación.	<b>Identificar necesidades comunicativas.</b>  Al inicio de semana, cada comunicador se pone en contacto con las dependencias, áreas y facultades que le fueron asignadas, con el fin de identificar eventos o necesidades comunicativas que se tienen para la semana siguiente.							
4.	Profesional de comunicación.	<b>Diligenciar el registro de previsiones.</b>  La solicitud de comunicación interna o externa debe registrarse en la hoja de "previsiones" (ubicada en el recurso compartido del proceso Comunicaciones y Mercadeo (CYM-MAT-008)). Especificando: ¿Que se comunica? Responsable Fecha de solicitud Fecha de entrega Fecha de evento Estrategia <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>texto</td> <td>video</td> <td>audio</td> <td>Infografía</td> <td>fotos</td> <td>redes</td> <td>carteles</td> </tr> </table> Enlace U Media.	texto	video	audio	Infografía	fotos	redes	carteles
texto	video	audio	Infografía	fotos	redes	carteles			
5.	-Profesional de comunicación.  -Consejo de redacción.	<b>¿La información debe ponerse a consideración del Consejo de Redacción?</b>  En caso de que no corresponda a una solicitud directa de una dependencia o de que la solicitud dé lugar a consulta del Consejo, los temas se ponen a consideración del							

	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  <b>PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA UNIVVERSIDAD DE MANIZALES</b>		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-002
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	24/05/2023
			<b>PÁGINA</b>	3 de 5

		<p>Consejo de redacción con el fin de que se evalúe la pertinencia del tema, así como las posibles estrategias comunicativas para dar a conocerlo.</p> <p><b>Analizar posibilidades de construcción y diseño del mensaje.</b></p> <p>De acuerdo con el tipo de información y la población a la que va dirigida, se proponen los medios más efectivos y las formas de presentación del mensaje que se ajustan a dichos medios y población.</p>				
6.	-Profesional de comunicación.  -Consejo de redacción.	<p><b>Analizar y seleccionar consideraciones sobre la información y medios de publicación con el consejo de redacción.</b></p> <p>Cuando aún no hay claridad sobre las formas de difusión de una temática, en el consejo de redacción se proponen alternativas y responsables para asumir las estrategias propuestas para comunicar un tema específico.</p>				
7.	Profesional de comunicación.	<p><b>Recopilar la información requerida para la ejecución de la propuesta.</b></p> <p>Se realizan solicitudes de información, actas, reglamentos, documentos soporte; se hacen entrevistas, se recogen registros gráficos (fotografías, piezas, videos y audios).</p>				
8.	Profesional de comunicación.	<p><b>Redactar información requerida en la propuesta.</b></p> <p>Con base en los insumos recolectados, se redacta la información con el fin de que tenga una mayor lecturabilidad y comprensión y se seleccionan los elementos gráficos que la acompañarán.</p>				
9.	Profesional de comunicación.	<p><b>Revisar y editar de elementos, notas, piezas, plegables y demás elementos comunicativos.</b></p> <p>Las notas, piezas, plegables y demás elementos comunicativos; son revisados con el fin de que no contengan problemas de redacción y estilo.</p>				
10.	Profesional de comunicación.	<p><b>Publicar piezas y notas.</b></p> <p>Con previa revisión y visto bueno de las estrategias de comunicación, se procede a publicarlas así:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Comunicación interna</th> <th style="width: 50%;">Comunicación externa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>           -Umedia: Se publican a través de la plataforma            -Cartelera digitales: Se tramitan con publicidad            -Redes: Se envían a Community Manager            -Web: Se envían al Web Master         </td> <td>           Compartir con los medios de comunicación a través de correo electrónico o grupos de WhatsApp, las noticias o los temas que fueron definidos en el consejo de redacción con impacto externo.         </td> </tr> </tbody> </table>	Comunicación interna	Comunicación externa	-Umedia: Se publican a través de la plataforma -Cartelera digitales: Se tramitan con publicidad -Redes: Se envían a Community Manager -Web: Se envían al Web Master	Compartir con los medios de comunicación a través de correo electrónico o grupos de WhatsApp, las noticias o los temas que fueron definidos en el consejo de redacción con impacto externo.
Comunicación interna	Comunicación externa					
-Umedia: Se publican a través de la plataforma -Cartelera digitales: Se tramitan con publicidad -Redes: Se envían a Community Manager -Web: Se envían al Web Master	Compartir con los medios de comunicación a través de correo electrónico o grupos de WhatsApp, las noticias o los temas que fueron definidos en el consejo de redacción con impacto externo.					

 UNIVERSIDAD DE MANIZALES	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA UNIVVERSIDAD DE MANIZALES		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-002
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	24/05/2023
			<b>PÁGINA</b>	4 de 5

		-Mailings: Se envían a través de correo electrónico.																																																																							
11.	Profesional de comunicación.	<b>Monitorear efectividad de estrategias implementadas.</b>  Diligenciar el registro de métricas dos semanas después de publicado el tema: registrar la realización del contenido en la hoja de “métricas” (ubicada en el recurso compartido del proceso Comunicaciones y Mercadeo); Especificando: -Fecha -Nombre de la nota -Proceso -Estamento -Facultad o dependencia -Visualizaciones en UMedia -Menciones en medios externos -Alcance en redes  Este registro permite hacer seguimiento al cumplimiento de los indicadores y los objetivos del área.																																																																							
12.	Profesional de comunicación.	<b>Diligenciar tabla de monitoreo (comunicación externa).</b>  <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="5" style="text-align: center;"><b>Comunicación externa</b></td> </tr> <tr> <td colspan="5">Registrar las publicaciones de la Universidad de Manizales realizadas por los medios de comunicación, en la tabla de “monitoreo” (ubicada en el recurso compartido de Comunicaciones y Mercadeo (CYM-MAT-008)); Especificando:</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Tema</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Medio</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Ciudad</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Alcance</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Regional</td> <td style="text-align: center;">Nacional</td> <td colspan="3" style="text-align: center;">Internacional</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Titular</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Fecha</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Tipo</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Entrevista</td> <td style="text-align: center;">Noticia</td> <td style="text-align: center;">Foto noticia</td> <td style="text-align: center;">Columna</td> <td style="text-align: center;">Publirreportaje</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Área</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Valoración</td> </tr> <tr> <td colspan="5">-Enlace</td> </tr> </table>		<b>Comunicación externa</b>					Registrar las publicaciones de la Universidad de Manizales realizadas por los medios de comunicación, en la tabla de “monitoreo” (ubicada en el recurso compartido de Comunicaciones y Mercadeo (CYM-MAT-008)); Especificando:					-Tema					-Medio					-Ciudad					-Alcance					Regional	Nacional	Internacional			-Titular					-Fecha					-Tipo					Entrevista	Noticia	Foto noticia	Columna	Publirreportaje	-Área					-Valoración					-Enlace				
<b>Comunicación externa</b>																																																																									
Registrar las publicaciones de la Universidad de Manizales realizadas por los medios de comunicación, en la tabla de “monitoreo” (ubicada en el recurso compartido de Comunicaciones y Mercadeo (CYM-MAT-008)); Especificando:																																																																									
-Tema																																																																									
-Medio																																																																									
-Ciudad																																																																									
-Alcance																																																																									
Regional	Nacional	Internacional																																																																							
-Titular																																																																									
-Fecha																																																																									
-Tipo																																																																									
Entrevista	Noticia	Foto noticia	Columna	Publirreportaje																																																																					
-Área																																																																									
-Valoración																																																																									
-Enlace																																																																									
13.	Profesional de comunicación.	<b>Analizar resultados de seguimiento.</b>  -Analizar los resultados de seguimiento -Contrastar los resultados con los indicadores establecidos -Identificar el grado de cumplimiento de los objetivos.																																																																							

 <b>UNIVERSIDAD DE MANIZALES</b>	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  <b>PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA UNIVVERSIDAD DE MANIZALES</b>		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-002
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	24/05/2023
			<b>PÁGINA</b>	5 de 5

14.	-Profesional de comunicación. -Dirección de Comunicaciones y Mercadeo.	<b>Proponer y ejecutar propuestas de optimización de los medios de comunicación.</b>  Se socializan los resultados de seguimiento y el grado de avance en los indicadores con el director y los profesionales del proceso con el fin de identificar mejoras en las estrategias comunicativas.
-----	---	---

**DOCUMENTOS ASOCIADOS:**

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO
Caracterización del proceso	CYM-CRT-001
Matriz de KPI o Control	CYM-MAT-008

**FORMATOS ASOCIADOS:**

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO