

**POLÍTICA:** SOLICITUD DE MATERIAL PUBLICITARIO

**MARCO JURIDICO:** Procedimientos Mercadeo y Comunicaciones

**OBJETIVO:** Determinar el mecanismo de solicitud de material publicitario

**ALCANCE:** Personal Docente y administrativo de la Institución.

**RESPONSABLE:** Área de Mercadeo y comunicaciones

**LINEAMIENTOS:**

- El diseño de material publicitario para medios impresos y digitales comprende: volantes, afiches, portadas de publicaciones, libros, revistas, boletines, pendones, pasacalles, escarapelas, diplomas, y asesorías de imagen gráfica para eventos, avisos para prensa y creación de conceptos gráficos de campañas internas.

- El solicitante deberá diligenciar y radicar al área de Mercadeo y Comunicaciones, el formato adjunto al procedimiento del mismo nombre, debidamente aprobado por el coordinador de área.

- El solicitante debe entregar el material completo; si es texto, este debe ser entregado en medio digital en formato Word; los gráficos en Excel y las fotografías en medio digitales con una resolución óptima para impresión o en medio físico para ser escaneadas.

- Los requerimientos de piezas publicitarias serán atendidos en orden de llegada de la solicitud con la información completa para el trabajo. El área de Mercadeo y Comunicaciones tendrá 24 horas para notificar al solicitante sobre la fecha de entrega del material solicitado.

- El tiempo de entrega para material publicitario solicitado es de 7 días hábiles.

- El área de mercadeo y comunicaciones elaborará fichas y material de acuerdo a los requerimientos contenidos en el documento y podrá solicitar directamente información adicional que considere pertinente.

- Todas las impresiones serán tramitadas por Mercadeo y comunicaciones a través del departamento de compras, las solicitudes especiales\* requieren previa autorización presupuestal de Rectoría.

- El área de mercadeo y comunicaciones, entregará al área solicitante, el material publicitario requerido.

\* Son solicitudes especiales aquellas realizadas por las diferentes áreas de la institución y que por sus características y presupuesto requieren visto bueno de Rectoría.

**Elaboró:** Coordinación de planeación

**Revisó:** Coordinación Mercadeo y Comunicaciones

**Aprobó:** Rectoría

**POLÍTICA:** **COMUNICACIONES**

**MARCO JURIDICO:** Procedimientos Mercadeo y Comunicaciones

**OBJETIVO:** Determinar lineamientos para que las comunicaciones que se generan en la universidad sean transparentes, oportunas y eficaces.

**ALCANCE:** Estudiantes, docentes, administrativos de la Institución y Comunidad externa.

**RESPONSABLE:** Área de Mercadeo y Comunicaciones

**LINEAMIENTOS:**

- El área de comunicaciones de UNICOLOMBO, propende por la imagen corporativa de la institución y por su posicionamiento entre los públicos internos y externos, mediante estrategias articuladas con la misión y la visión institucional, además vela por el protocolo y los eventos realizados por la institución.
- Se consideran públicos internos: estudiantes, docentes, personal administrativo y consejo superior.
- Se consideran públicos externos: egresados, sector educativo, medios de comunicación, sector industrial y empresarial, sector gubernamental y comunidad en general.
- UNICOLOMBO mantendrá informado a sus públicos de interés sobre actividades académicas, proyectos y programas por medio de mensajes y comunicados transmitidos por los diferentes canales de comunicación establecidos por la institución.
- Se establece que el vocero principal de la institución es el Rector, seguido por los vicerrectores y coordinadores.

El área de Mercadeo y Comunicaciones, protege el buen uso de la identidad corporativa en cada una de las piezas de promoción y publicidad que se transmiten a los públicos objetivos de la institución.

El área de Mercadeo y Comunicaciones, promueve mecanismos de comunicación de carácter institucional que permitan el flujo de la comunicación entre las áreas académicas y administrativas, promoviendo el clima organizacional y el sentido de pertenencia.

- El área de Mercadeo y Comunicaciones mantendrá buenas relaciones con los medios de comunicación para lo cual se establecen planes y estrategias que consolidan el posicionamiento de la institución en los medios de comunicación.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones, es la única dependencia que tiene la facultad de emitir comunicados institucionales a los medios de comunicación y periodistas.

**Elaboró:** Coordinación de planeación

**Revisó:** Coordinación Mercadeo y Comunicaciones

**Aprobó:** Rectoría

- El área de Mercadeo y Comunicaciones, sirve de soporte de la realización de eventos que organizan las diversas áreas académicas y administrativas de la universidad.
- Los mecanismos de comunicación utilizados por la institución son los siguientes:

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	FRECUENCIA	RESPONSABLE	DIRIGIDO
<b>Boletín - NotiUicolombo /NotiFlash</b> <b>Medios de Comunicación</b>	Boletín Electrónico que llega a toda la comunidad de Uicolombo por medio del correo institucional. Informa sobre eventos, promociones, actividades académicas de los programas, jornada de bienestar, beneficios de Uicolombo. Alianzas y convenios. Adicional las publicaciones que los medios de comunicación externos realizan de nuestra institución, esto incluye prensa escrita y digital.	Boletín Digital y Medios de Comunicación	Mensual	Mercadeo y Comunicaciones	Público Interno y Público Externo
<b>Correo Electrónico</b>	Es el medio de comunicación oficial de la institución por medio del cual se emiten comunicados diarios de acuerdo a las solicitudes de cada área que componen la institución. Es la plataforma para el envío permanente de mensajes institucionales, boletines y toda información de interés a la comunidad.	Electrónico	Previo Requerimiento	Mercadeo y Comunicaciones, Gestión Humana y Vicerrectoría Administrativa.	Público Interno
<b>Página Web y Redes Sociales</b>	Es el sitio virtual en el que se proporciona toda la información académica, está abierto para que los usuarios puedan navegar y encontrar noticias, eventos, convocatorias entre otros anuncios que son de interés académico o cultural.	Electrónico	Permanente	Mercadeo y Comunicaciones	Público Interno y Público Externo
<b>Cartelera Institucional</b>	Es el medio por el cual los distintos programas, informan a su público, noticias de su interés.	Impreso	Previo Requerimiento	Mercadeo y Comunicaciones	Público Interno y Público Externo

**Elaboró:** Coordinación de planeación

**Revisó:** Coordinación Mercadeo y Comunicaciones

**Aprobó:** Rectoría

<b>Informe de Gestión</b>	Unicolombo presenta cada año un informe que registra el desarrollo, la ejecución y el cumplimiento de actividades generadas desde cada departamento que compone la Universidad. La información que se publica en este informe es suministrada por las diferentes áreas de la institución.	Impreso	Previo Requerimiento	Consejo Académico / Equipo Unicolombo	Público Interno y Público Externo
---------------------------	---	---------	----------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

**POLÍTICA:** **RELACIONES PÚBLICAS**

**MARCO JURIDICO:** Procedimientos Mercadeo y Comunicaciones

**OBJETIVO:** Determinar lineamientos que mejoren la imagen institucional y fortalezcan las relaciones públicas de Unicolombo.

**ALCANCE:** Estudiantes, docentes, administrativos de la Institución y Comunidad externa.

**RESPONSABLE:** Área de Mercadeo y Comunicaciones

**LINEAMIENTOS:**

- Las relaciones públicas de Unicolombo propenden por mantener la buena imagen de Unicolombo y el fortalecimiento de las relaciones públicas.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones diseña estrategias para fortalecer la imagen institucional y las buenas relaciones públicas de cara a los públicos interno y externo.
- Se consideran públicos internos: estudiantes, docentes, personal administrativo y consejo superior.
- Se consideran públicos externos: egresados, sector educativo, medios de comunicación, sector industrial y empresarial, sector gubernamental y comunidad en general.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones vela por mantener relaciones cordiales con los públicos interno y externo.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones coordina con los medios de comunicación la realización de actividades como: entrevistas, rondas de prensa, notas freepress, entre otras.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones, supervisa las publicaciones que se realizan en los diferentes medios de comunicación sobre la institución.
- El área de Mercadeo y Comunicaciones trabaja en articulación con otras áreas de la institución para ejecutar estrategias que propendan por fortalecer la imagen institucional.

<b>Elaboró:</b> Coordinación de planeación	<b>Revisó:</b> Coordinación Mercadeo y Comunicaciones	<b>Aprobó:</b> Rectoría
<b>Página 4 de 5</b>		

<b>Control de Cambios</b>		
<b>Versión</b>	<b>Fecha</b>	<b>Descripción del Cambio</b>
01	01-11-2012	Creación del documento
02	10-03-2016	Cambio marco legal por marco jurídico
03	21-10-2016	Se actualiza la política de material publicitario, se agrega la política de comunicaciones y la política de relaciones publicas
04	25/07/2019	Se actualiza frecuencia de publicación de boletines NotiUnicolombo y responsable de comunicaciones internas a través de correo electrónico.
05	28-02-2023	Se actualiza descripción del mecanismo de comunicación NotiUnicolombo/Notiflash especificando que abarca el termino boletines y/o publicaciones.

**Elaboró:** Coordinación de planeación

**Revisó:** Coordinación Mercadeo y Comunicaciones

**Aprobó:** Rectoría