

	<b>PROCESO INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</b>		Código:
	<b>PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA PROYECCIÓN INSTITUCIONAL</b>		Versión:
			Página 1 de 5
Revisó: Equipo Técnico Grupo Directivo Sistema Integrado de Gestión	Aprobó: Rector Universidad del Tolima	Fecha de actualización:	

## 1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCEDIMIENTO

### 1.1. Objetivo

Administrar, gestionar y divulgar los procesos de comunicación a nivel interno y externo, mediante los lineamientos expuestos en la política de comunicaciones, los manuales de imagen y protocolo, la utilización de los medios institucionales y los servicios de asesoría, acompañamiento y promoción; buscando la renovación y preservación de la buena imagen de la Universidad del Tolima.

### 1.2 Alcance

Inicia con la identificación del material suministrado por las fuentes de información y finaliza con el seguimiento y monitoreo de la información divulgada o publicada al interior o exterior del alma mater.

### 1.3 Normatividad

### 1.4 Definiciones

**Comunicación externa:** transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.

**Comunicación interna:** acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, a través de medios específicos para ello.

**Comunicación Institucional:** información que transmite formal o informalmente una entidad a las personas que la conforman. Su objetivo es generar sentido de pertenencia, fomentar cultura organizacional, contribuir a una mayor productividad y fortalecimiento de la imagen institucional.

**Imagen (de una entidad):** es la lectura pública de una institución; la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos tiene o construye de modo intencional o espontáneo.

**Intranet:** herramienta tecnológica, eficaz y oportuna que garantiza la difusión de la información que se genera en una entidad. Este sistema posibilita la participación y el acceso a la información consolidada.

**Información:** conjunto de datos que han sido procesados en una forma y un orden tal, que son significantes para el receptor y que puede ser utilizable para la toma de decisiones para el corto, mediano o largo plazo.

**Manual de Imagen Corporativa:** Instrumento guía que unifica y normatiza los elementos que conforman la imagen corporativa.

**Material Gráfico:** Composición visual que responde a una comunicación eficaz, estratégica y de apoyo. Sus características varían de acuerdo al formato y material para el que es diseñado.

**Medios de comunicación:** refiere a cualquier recurso o metodología que permita la comunicación entre personas, como conversaciones, publicaciones, ruedas de prensa, medios tecnológicos (radio, TV, Internet, Web etc.).

**Multimedia:** Archivos de voz y video con información de interés institucional.

**Producto:** resultado concreto, observable y tangible de las actividades. Se logra por la ejecución de actividades y la aplicación de recursos.

**Rueda de prensa:** acto informativo convocado por una persona, organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda.

## 2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO

### 2.1 Convenciones símbolos del Flujograma

			
Inicio	Actividad	Decisión	Documento
			
Elaboración base de datos	Archivar documento	Conector de página	Conector

## 2.2 Flujograma del procedimiento

PASO	SIMBOLO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS ASOCIADOS
1		Inicio			
2		Identificación, recopilación y análisis de la información	Revisa, compila y analiza, el material de información requerido.	Profesional oficina de comunicaciones.	
3		Asignación de responsable	Asigna tarea, tiempos y responsabilidades para el desarrollo del producto de comunicación.	Secretaria General	
4		Definición de estrategia	Define el contenido o la estrategia de comunicación, teniendo en	Profesional oficina de comunicaciones.	

**DOCUMENTO EN CONSTRUCCIÓN**

			cuenta objetivo, medio y grupo al cual va dirigido.		
5		Presentación de estrategia de comunicación.	Presenta la estrategia de comunicación a utilizar en el desarrollo del producto.	Profesional oficina de comunicaciones.	Diseño de estrategia de
6		Aprobación de producto	Estudia y corrobora la actividad a realizar o la información a divulgar.  <b>Si aprueba:</b> Continúa en el paso 7.  <b>No es aprobada:</b> se rechaza y se devuelve al paso 5, para realizar los ajustes correspondientes.	Secretaria General	
7		Presentación, divulgación o publicación de producto	Difunde o presenta según corresponda, la información a través, de los medios de comunicación internos o externos.	Profesional oficina de comunicaciones.	
8		Seguimiento o Monitoreo del producto desarrollado.	Socializa y presenta informe de balance del producto desarrollado.	Profesional oficina de comunicaciones.	
9		FIN			

### 3. CONTROL DE CAMBIOS

#### 3.1 Registros

N°	IDENTIFICACIÓN		ALMACENAMIENTO			PROTECCIÓN		TRD
	Ítems	Código Formato	Nombre	Lugar Archivo		Medio de archivo	Responsable de Archivarlo	Tiempo de Retención

#### 3.2 Registro de modificaciones

VERSIÓN	FECHA	ÍTEM MODIFICADO	DESCRIPCIÓN