



**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Código: CI.200.031.04.01

Fecha: 09 de Jun. De 2018

Versión: 02

<b>OBJETIVO</b>	Garantizar el flujo de la comunicación Institucional interna y externa de forma oportuna, veraz y efectiva con el fin de dar cumplimiento a los objetivos, planes y programas de la Institución.
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la necesidad de comunicación y finaliza con la divulgación de la información en los diferentes medios a la comunidad.
<b>RESPONSABLE</b>	Profesional Universitario – Promotora Artística.

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
Proceso Gestión de la Planeación Institucional	Plan de Desarrollo Institucional	<b>P</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir la Política Institucional y Estrategias de Comunicación</li> <li>Elaborar el plan Institucional de comunicaciones</li> <li>Elaborar el plan de acción de la oficina dentro del marco de plan de desarrollo Institucional</li> </ul>	Políticas y estrategias de comunicación aprobadas y socializadas Plan Institucional de Comunicación	Todos los procesos
	Política de Comunicación		Divulgación de las actividades Académico Artísticas de la Institución	Comunidad Educativa Interna y Externa
	Necesidades Institucionales de Comunicación		Plan de Comunicación Ejecutado	
Proceso Gestión del Control Académico	Actividades Académicas	<b>H</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecutar el plan Institucional de comunicación.</li> <li>Ejecutar el Plan de acción de la oficina de promoción artística</li> </ul>	Plan de Acción Ejecutado	Proceso Gestión de la Planeación
Proceso Gestión para la docencia	Actividades Académico - Artísticas de las facultades		Informes de seguimiento Informes de gestión	
Proceso Gestión de la Proyección Social	Actividades académico -artísticas de los Grupos Profesionales y Académicos y de la Coordinación de Extensión.		<b>V</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar seguimiento y elaborar ajustes a los planes de comunicación Institucional</li> <li>Realizar evaluación y seguimiento al Plan de acción de la oficina de promoción artística.</li> <li>Establecer planes mejorados de comunicación.</li> <li>Verificar la coherencia de la política de comunicación con el quehacer de la Institución</li> <li>Verificar que la información sea publicada en el espacio y tiempo requerido</li> <li>Verificar la legitimidad y veracidad de la información a publicar</li> <li>Elaborar informe de gestión con respecto al plan de acción</li> <li>Análisis de no conformidades generadas en el proceso</li> <li>Medición y análisis de indicadores de gestión</li> </ul>	Actualización y optimización de la página web
Todos los procesos	Necesidades Institucionales de Comunicación	Acciones correctivas, preventivas y de mejora		Proceso Sistema Integrado de Gestión
Ministerio de Educación Nacional Gobierno Nacional y Departamental	Normas, Decretos y Leyes	<b>A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formulación e implementación de actividades preventivas, correctivas y de mejora como resultado de las actividades de seguimiento, control y evaluación</li> </ul>		
Gestión Financiera	Recursos Financieros			
Comunidad Educativa Interna	Necesidades de comunicación			

RECURSOS			
HUMANOS	INFRAESTRUCTURA FISICA	INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	OTROS RECURSOS
Profesional Universitario - Promotor Artístico Estudiante en practica de Diseño Grafico Contratista - Administrador de la Página Web – Profesional en Diseño Gráfico. Técnico en Comunicaciones	Oficinas con conexión Telefónica, Red, Internet. Muebles y equipos de oficina, Papelería y elementos.	Paquete Adobe( Illustrator, Corel Draw), Photoshop, Paquete Office, Sistema operativo Windows XP, Computador Imac con especificaciones para diseño. Memoria USB, Scanner Impresora Plotter HP Equipos de computo	Capacitación del personal Recursos Económicos para pautas publicitarias y medios impresos.
DOCUMENTOS ASOCIADOS			
DEL PLANEAR	DEL HACER		DEL VERIFICAR Y ACTUAR
<ul style="list-style-type: none"> <li>Planes de acción de la oficina de promoción artística</li> <li>Plan de Comunicaciones</li> <li>Plan de Desarrollo Institucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procedimientos de la Oficina de Promoción Artística.               <ul style="list-style-type: none"> <li>Manual de Imagen Corporativa</li> </ul> </li> <li>Página WEB actualizada y en funcionamiento</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de Gestión y seguimiento de la Oficina de promoción artística.</li> <li>Evaluación de Indicadores</li> </ul>
REQUISITOS APLICABLES			
NORMA ISO 9001		LEGALES Y REGLAMENTARIOS	
4, 4.4, 5.2, 5.2.1. 5.2.2. 5.3, 6, 7,8,8.1, 8.2, 8.3, 8.5, 8.6, 8.7, 9,10		Constitución Política de Colombia, Ley 30 de 1992, Decreto 1151 de 14 de abril de 2008, Ley 962 de 2005, Ley 812 de 2003, Ley 790 de 2002, decreto 2170 de 2002, Decreto 2434 de 2006 y demás Normatividad Reglamentaria.	
<b>INDICADORES: VER FICHA TECNICA DE INDICADORES</b>			
<b>RIESGOS: VER MAPA DE RIESGOS</b>			