



CARACTERIZACIÓN PROCESO GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

OBJETIVO	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.
ALCANCE	Inicia con la necesidad de comunicación y finaliza con la divulgación de la información en los diferentes medios a la comunidad.
RESPONSABLE	Profesional Universitario – Promotora Artística.

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

RECURSOS			
HUMANOS	INFRAESTRUCTURA FISICA	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	OTROS RECURSOS
Profesional Universitario - Promotor Artístico Estudiante en practica de Diseño Gráfico 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"> Planes de acción de la oficina de promoción artística Plan de Comunicaciones Plan de Desarrollo Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Procedimientos de la Oficina de Promoción Artística. Manual de Imagen Corporativa Página WEB actualizada y en funcionamiento 		<ul style="list-style-type: none"> Informes de Gestión y seguimiento de la Oficina de promoción artística. Evaluación de Indicadores
REQUISITOS APLICABLES			
NORMA ISO 9001 2015		LEGALES Y REGLAMENTARIOS	
4.1., 4.2, 7.5.3, 8.2.3, 84, 8.5.1, 8.5.2, 8.53		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.	
INDICADORES: VER FICHA TÉCNICA DE INDICADORES			
RIESGOS: VER MAPA DE RIESGOS			