



PLAN DE COMUNICACIONES 2016



2. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2016

La Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, es un establecimiento público de Educación Superior del orden municipal, que ofrece programas académicos en las siguientes áreas: Música, Escénicas y Visuales, para responder a las necesidades propias del medio, contribuyendo a elevar el nivel cultural y desarrollo municipal, regional y nacional.

En sus programas de pregrado, prepara para el desempeño social y productivo, calificando técnicos y tecnólogos en el área artística, competentes, creativos, críticos, éticos, solidarios y sensitivos, en lo social y lo cultural.

El aporte a la vida de los ciudadanos de nuestro Municipio, se refleja en el crecimiento y desarrollo, en el número de estudiantes beneficiados no sólo con los programas de Educación Superior, sino también con los Cursos y Talleres de Extensión a través de una oferta variada.

En el Plan estratégico 2016- 2020 “**Mi Corazón es Débora**”, se encuentra formalizada la estrategia comunicacional, evidenciada en:

4.5.5 Línea Estratégica 5: Fortalecimiento y posicionamiento de la imagen Institucional.

Propósito: Diseñar estrategias para el posicionamiento y proyección institucional en los diferentes contextos y comunidades de interés.

| EJE ESTRATÉGICO | LINEA | PROYECTOS | INDICADORES |
|--|--|--|---|
| 5. ARTICULACIÓN, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PROYECCIÓN ESTRATÉGICA | 5. Fortalecimiento y posicionamiento de la imagen Institucional | 1. Implementar una estrategia de mercadeo que favorezca el posicionamiento institucional. | Unidad de mercadeo diseñada y en funcionamiento con presupuesto asignado. |
| | | 2. Diseñar nuevas estrategias publicitarias que aporten al posicionamiento y la acertada comunicación en la Institución. | Plan de comunicaciones actualizado e implementado en la Institución. |

Con esta línea estratégica se busca fortalecer y posicionar la imagen institucional creando sentido de pertenencia en los usuarios internos y mayor reconocimiento de los usuarios externos.

De este modo se apoya la gestión de la Institución en cada uno de los Proyectos que emprende para dar cumplimiento al Plan Estratégico diseñado para el quinquenio.

Se promueve la comunicación asertiva en la Institución tanto a nivel interno como externo, utilizando canales de comunicación pertinentes, adecuados, eficientes, que permitan oportunidad y confiabilidad de la información buscando el reconocimiento de su marca a nivel regional y nacional.

MAPA DE PÚBLICOS

| | |
|---|--|
| - Comunidad Académica | (Público interno) es toda aquella persona que está implicada directamente con la Institución y que es denominada como un público actual y vigente. |
| - Estudiantes: Bachiller | (Técnico laboral) Técnico, Tecnólogo. Estudiante de Extensión: Niños, Jóvenes y adultos inscritos en los cursos y talleres. |
| - Personal Directivo: | Rector, Vicerrectores. Personal Administrativo y Líderes de Proceso: Auxiliares Administrativos, Personal de contratación y los 16 líderes. Docentes: Hora Cátedra y Planta. |
| - Sociedad (Público externo) | Es aquel público que en algún momento ha estado activo o que a futuro puede ser un cliente potencial. |
| - Egresados: | Cuyo objetivo es que continúen en la Institución. |
| - Estudiantes de Colegios e Instituciones públicas: | Clientes Potenciales |
| - Padres de los estudiantes de grado 11: | Quienes influyen en gran parte para que sus hijos tomen una buena decisión para iniciar estudios superiores. |
| - Universidades- Instituciones: | Potencializador de relaciones. |

3. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

3.1 OBJETIVO:

Contribuir al logro de los objetivos y metas de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango planteados en las cinco líneas estratégicas:

- 1- Aseguramiento de Calidad
- 2- Fortalecimiento del Sistema de Investigación
- 3- Fortalecimiento de la gestión administrativa, financiera, talento humano y bienestar laboral
- 4- Desarrollo físico e infraestructura tecnológica de la institución,
- 5- Articulación, responsabilidad social y proyección estratégica

3.2 ¿QUIÉN COMUNICA?

Rector de la institución
Secretario General
Vicerrectoría administrativa
Vicerrectoría académica
Asesora Jurídica
Jefe de extensión
Comunicadora

3.3 ¿A QUIÉN COMUNICA?

A los servidores de la Escuela Superior Tecnológica de artes Débora Arango

3.4 ¿CUÁNDO COMUNICA?

Permanentemente

3.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Recolección de información, redacción, edición y publicación.
- Diseño y publicación de fondos de pantalla en los PC de la Institución.
- Elaboración de mensaje, diseño de piezas, publicación y actualización de carteleras.
- Elaboración y publicación de Mensajes de Interés de conformidad con las solicitudes de los clientes internos.
- Asesorar y diseñar la estrategia de comunicación y apoyar la difusión de mensajes.
- Producción de contenidos y administración de la página web.
- Elaboración de productos comunicativos orientados a socializar e incorporar en la cultura organizacional las directrices de MECI, sistemas de calidad y otras normas que deben ser incorporadas dentro de un sistema integrado de calidad.

3.6 PRODUCTO

- Boletín Institucional.
- Fondos de pantalla.
- Piezas publicadas en Carteleras electrónicas.
- Mensajes de interés.
- Diseño de una estrategia por cada eje temático de comunicación interna.

4. COMUNICACIÓN INFORMATIVA

4.1 OBJETIVO

Divulgar y posicionar en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, digitales) las actividades, eventos, temas estratégicos y temas coyunturales de la agenda educativa, con el ánimo de dar a conocer a la comunidad los avances y logros en Educación artística a la Primera Infancia, Educación Preescolar, Básica y Media y Educación Superior.

4.2 ¿QUIÉN COMUNICA?

Rector de la institución
Secretario General
Vicerrectoría administrativa
Vicerrectoría académica
Asesora Jurídica
Jefe de extensión
Comunicadora

4.3 ¿A QUIEN SE COMUNICA?

- Comunidad en general
- Entidades territoriales/ Secretarías de educación
- Entidades del sector
- Instituciones de educación preescolar, básica y media; instituciones de educación superior; organizaciones adscritas al sector educativo; grupos de investigación
- Estudiantes, docentes, padres de familia, investigadores
- Medios de comunicación
- Proveedores de servicios
- Servidores de La Escuela Superior Tecnológica de artes Débora

4.4 ¿CUÁNDO COMUNICA?

Permanentemente

4.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Asesorar y diseñar la estrategia de comunicación y apoyar la difusión de mensajes.
- Producción de comunicados y notas periodísticas.
- Gestión de entrevistas en medios de comunicación.
- Programación de rondas radiales.
- Preparación y realización de ruedas de prensa.

4.6 PRODUCTO

- Notas y comunicados de prensa publicados en medios externos de la Escuela Superior de Artes Débora Arango.

- Entrevistas gestionadas por la oficina de Comunicaciones.
- Rondas radiales programadas a nivel local, regional y nacional.
- Ruedas de prensa organizadas por la Oficina de Comunicaciones.

5. COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

5.1 OBJETIVO

Generar acciones estratégicas de Social Media tendientes a fortalecer la participación ciudadana construyendo relaciones asertivas con la comunidad digital a fin de posicionar la agenda educativa en el contexto virtual.

5.2 ¿QUIÉN COMUNICA?

Rector de la institución
 Secretario General
 Vicerrectoría administrativa
 Vicerrectoría académica
 Asesora Jurídica
 Jefe de extensión
 Comunicadora

5.3 ¿A QUIEN SE COMUNICA?

- Comunidad en general
- Entidades territoriales/ Secretarías de educación
- Entidades del sector
- Instituciones de educación preescolar, básica y media; instituciones de educación superior; organizaciones adscritas al sector educativo; grupos de investigación
- Estudiantes, docentes, padres de familia, investigadores
- Medios de comunicación
- Proveedores de servicios
- Servidores de La Escuela Superior Tecnológica de artes Débora
- Sector productivo.
- Grupos de investigación.

5.4 ¿CUÁNDO COMUNICA?

Permanentemente

5.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Diseñar y publicar contenidos para actualizar permanentemente los canales de redes sociales de La Escuela Superior Tecnológica de artes Débora Arango.
- Promover los contenidos publicados a través de los medios electrónicos de La Escuela Superior Tecnológica de artes Débora Arango.

- Gestionar la promoción de contenidos con otras Entidades del sector.
- Visibilizar en la página web todos los canales de consulta disponibles para el ciudadano, en medios virtuales y presenciales, dando alcance a lo establecido en la Ley 1712 de 2014 y su Decreto Reglamentario 103 de 2015.
- Garantizar la medición y trazabilidad de correos enviados en términos de usabilidad y efectividad del envío.
- Generar contenidos que sirvan para la promoción y venta de los diferentes programas ofrecidos por la Institución.

5.6 PRODUCTO

- Actualización sección y canales.
- Implementación de sistema de envío masivo de correos electrónicos.
- Incremento en visitas a la página.
- Incremento en seguidores y suscriptores de redes sociales.

6 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

6.1 OBJETIVO

Apoyar y organizar las jornadas, actos y encuentros de la Escuela Superior Tecnológica de artes Débora Arango, en desarrollo de sus líneas estratégicas.

6.2 ¿QUIÉN COMUNICA?

Rector de la institución
 Secretario General
 Vicerrectoría administrativa
 Vicerrectoría académica
 Asesora Jurídica
 Jefe de extensión
 Comunicadora

6.3 ¿A QUIEN SE COMUNICA?

Comunidad educativa en general:

- Entidades territoriales/ Secretarías de educación
- Entidades del sector
- Instituciones de educación preescolar, básica y media; instituciones de educación superior; organizaciones adscritas al sector educativo; grupos de investigación
- Estudiantes, docentes, padres de familia, investigadores
- Medios de comunicación
- Proveedores de servicios
- Sector productivo.
- Grupos de investigación.

6.4 ¿CUÁNDO COMUNICA?

Permanentemente

6.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Asesorar a las áreas en el desarrollo logístico de eventos.
- Hacer seguimiento al desarrollo previsto en la agenda de cada evento.
- Implementar una etiqueta para la atención de ferias universitarias, ceremonias de grados, actividades en general. Por tal motivo es necesario contar con un pull de personas de apoyo para las actividades propias de comunicación y mercadeo.

6.6 PRODUCTO

Eventos de Escuela Superior Tecnológica de artes Débora Arango asesorados por la oficina de comunicaciones.