

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 1 de 13

UNAD © 2021

1) Información General del Procedimiento	
1.1) Unidad Responsable:	Gerencia de Comunicaciones y Marketing – GCMK
1.2) Objetivo:	Establecer los lineamientos que permitan el desarrollo de las estrategias de comunicación institucional, promocional, informativa, de participación y consulta, así como las campañas de marketing digital y/o convencional que permitan promover mediante el uso de los medios digitales y medios tradicionales, el desarrollo de estrategias que, desde la comprensión informativa, formativa y comunicacional, contribuyan al reconocimiento de la marca UNAD, la fidelización, el posicionamiento y la captación de nuevos usuarios, como parte esencial del crecimiento y desarrollo organizacional.
1.3) Alcance:	Este procedimiento inicia con la identificación de la necesidad de comunicar interna o externamente y/o de diseñar una campaña de marketing, desde las diversas unidades de orden nacional, zonal y regional y termina con la entrega de los productos (piezas, noticias, publicación de eventos, campañas de marketing y videos) y publicación si es requerido por el solicitante.

2) Definiciones	
2.1) Concepto	2.2) Definición
Cliente Interno:	Personas que se desempeñan al interior de la Plataforma Humana Unadista, es decir que prestan servicios profesionales a la Universidad y cuyas responsabilidades exigen una debida gestión de la comunicación.
Cliente Externo	Son todas aquellas personas cuyas necesidades de información exigen un tratamiento de la comunicación estudiantes, egresados e instituciones externas, que requieran acceder a los servicios de Gestión de la Comunicación Interna y Externa.
Comunicación Interna	Es la comunicación dirigida al cliente interno. Nace como respuesta a las necesidades de motivar al equipo humano y promover la productividad de este. Tiene la responsabilidad de transmitir mensajes organizacionales, utilizando los canales formales e informales de comunicación, informando lo que ocurre dentro de la institución, para manifestar sus requerimientos, acuerdos, planes, programas, informes, noticias de la Organización, noticias del talento humano Unadista, solicitudes, opiniones, etc.
Comunicación Externa	Conjunto de acciones que tienen como objetivo mejorar la imagen y relacionamiento con la marca UNAD con los diversos grupos de interés: consumidores, proveedores y sociedad en general. Se encarga de la elaboración de contenidos tales como comunicados, notas de prensa, entrevistas, crónicas y reportajes sobre el quehacer institucional.

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 2 de 13

UNAD © 2021

	Adicionalmente, brinda soporte y acompañamiento a las áreas en materia de comunicación y difusión de productos y servicios, conceptualiza campañas de divulgación masiva y gestiona las solicitudes de los medios de comunicación de alcance regional, nacional e internacional.
Comunicación	Se entiende como la gestión (procesamiento de información y retroalimentación) en el que se compromete y participa toda la comunidad universitaria para asegurar el conocimiento y la comprensión analítica en torno de realizaciones, proyectos, debates, ideas y realidades culturales de la organización y del sector para favorecer la reflexión y la toma de decisiones de acción y de posición de carácter colegiado, derivadas de la naturaleza universitaria. Su objetivo estratégico es motivar la participación de toda la comunidad universitaria y llevar a que, gracias a la información oportuna y debida, todos sus miembros se involucren activamente en el trabajo y cumplimiento de metas y objetivos de la Universidad.
Contenidos	Es un término que se refiere a las declaraciones contenidas en un documento o publicación de cualquier tipo incluidas las tecnologías de la información y la comunicación. Esto cubre todos los tipos de medios y formatos, bien sean escritos, visuales o sonoros.
Diseño	Se enfoca en crear posibilidades visuales y conceptos que guían el futuro de los productos, publicaciones y Pagina Institucional. Tienen bajo su responsabilidad el diseño de piezas impresas, editoriales y digitales, definiendo los lineamientos para la respectiva emisión de mensajes, presentaciones, videos y promoción de eventos, entre otros.
Producción Audiovisual	Es el conjunto de tareas desarrolladas de manera coordinada (Grabación, registro, escritura de guion, producción y post producción) cuya meta es la elaboración de productos audiovisuales de todo tipo, desde videos corporativos, animaciones, videos publicitarios etcétera. Garantizando la calidad y unidad gráfica de cada uno de los productos audiovisuales que se comparten en los medios oficiales.
Webmaster	Es aquella persona que se encarga de controlar y manejar (analiza, asegura, programa) por completo una página web. Está detrás de todo el entramado (entorno Web) de una web. Toma las decisiones necesarias en cuanto a tecnología (aplica para Hardware) y contenidos a tratar, además de la arquitectura web que rige el comportamiento y funcionamiento (backend front end o full stack) de la página.

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 3 de 13

UNAD © 2021

Full Stack	Un desarrollador Full Stack es el encargado de manejar cada uno de los aspectos relacionados con la creación y el mantenimiento de una instancia Web. Para ello es fundamental que el desarrollador Full Stack tenga conocimientos en desarrollo front – end y back – end. Además de manejar diferentes sistemas operativos, lenguajes de programación, base de datos, seguridad, servidores y Web.
Community Manager	Es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca UNAD, así como el tono, el lenguaje y la intencionalidad de esta en internet, específicamente en redes sociales; creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los usuarios.
Marketing digital	Conjunto de herramientas que asocian una combinación estratégica de diversos medios digitales ayudados por el internet, los motores de búsqueda y las redes sociales, que permiten llegar a los usuarios a través de PCs, dispositivos móviles y otros canales de comunicación digital para informar, comunicar, contribuir e incentivar el crecimiento y decisión de matrícula, posicionamiento de marca, lanzamiento de nuevos servicios, productos, entre otros. Es bidireccional, segmentado, participativo y medible en tiempo real.
Marketing de Contenidos	Fundamentado en la generación de artículos, infografías, videos, piezas gráficas o inclusive e-books; que permitan aportar valor a partir de la información y la presentación de esta, de acuerdo con los comportamientos, tendencias del sector educativo o información de servicios ofertados entre otros. Permitiendo así, atraer y mantener el interés del usuario a lo largo de su proceso de búsqueda de los servicios de la UNAD.
SEO	Search Engine Optimización, es el proceso que permite mejorar la visibilización en internet y el posicionamiento en los buscadores.
SEM	Search Engine Marketing, permite adoptar una mayor visibilidad en internet, mediante el diseño y planeación de campañas digitales vía web, que permitan lograr el ascenso en el ranking de buscadores. Este desarrollo implica asignación de recursos económicos para su ejecución.
CRM	Customer Relationship Management, facilita el desarrollo de las relaciones con clientes, mediante la activación de un software que administra dichos propósitos e interrelaciona a la institución con los usuarios.
Marketing Directo	Ofrecimiento de los productos y servicios de manera personalizada como folletos, brochures, catálogos, correos personalizados, mailing o

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 4 de 13

UNAD © 2021

	telemercadeo; estos aspectos buscan persuadir mediante la participación del Usuario.
Marketing Convencional	Son acciones desarrolladas masivamente desde el interior de la institución hacia los medios tradicionales de comunicación (radio, prensa y televisión) en los que se establecen estrategias que buscan informar, comunicar e influir en las decisiones para la obtención de un servicio.
Posicionamiento de Marca	Es el referente que permite captar una mayor atención sobre lo que perciben los usuarios de la marca UNAD y que otorga a la Universidad una imagen propia.
Fidelización	Designa la lealtad del usuario a la marca UNAD por medio de actividades dirigidas al estudiante cautivo, aplicadas en las redes sociales, correo electrónico, promociones, descuentos, entre otros.

3) Condiciones Generales

3.1) El tiempo de respuesta a las solicitudes realizadas a través del correo institucional oficina.comunicaciones@unad.edu.co, será de 8 días hábiles a partir del momento en que es recibido el correo antes de las 3pm y después de las 4 pm se toma como día hábil, el día siguiente.
Nota: Las solicitudes que la Oficina de comunicaciones determine como prioritarias tendrán un tiempo de respuesta mínimo al establecido en esta condición (3 días hábiles).

3.2) El correo de solicitud debe contener la información requerida en el formato establecido por la GCMK, ya que al no contar con la información completa no se podrá proceder con el trámite de esta.

3.3) Los canales de comunicación por medio de los cuales podemos generar la información y divulgarla son los siguientes:

- ✓ Página Web
- ✓ Redes Sociales (Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn, WhatsApp, TikTok)
- ✓ Tótem
- ✓ Protectores de pantalla
- ✓ Correos electrónicos
- ✓ Pendones - Carteleras Publicitarias
- ✓ Radio UNAD Virtual
- ✓ TV UNAD Virtual

3.4) La GCMK será quien realice la conservación del material publicado en sus archivos digitales.

3.5) Las unidades de orden nacional, zonal y regional que realicen actividades de Comunicación externa y/o interna, deberán registrar la información requerida en los siguientes formatos:

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 5 de 13

UNAD © 2021

1. Gestión comunicación Unidades:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rqoJ7lr_BWhCMAiFfYuerj3rXNNvWla_qsAzhFnguB4/edit#gid=975517149
 2. Gestión de Comunicaciones- Zonas:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tgG6ufZXF0XnorYwqfiphW03PzfeXeaXLY6JGnc_6nc/edit#gid=1356873023
- 3.6) Para la activación de las campañas asociadas con Marketing, cuyo valor, monto, viabilidad y factibilidad debe ser legalizado mediante un contrato, la GCMK y quien realice la solicitud, se encargará diligenciar los siguientes formatos asociados al procedimiento P-4-5 Administración, Ejecución y Control del Presupuesto y P-4-4 Contratación de Bienes y Servicios.
- ✓ F-4-5-1 Formato de Solicitud del certificado de disponibilidad presupuestal CDP.
 - ✓ F-4-4-12 Formato Términos de Referencia mínima cuantía persona Natural.
 - ✓ F-4-4-19 Formato Términos de Referencia mínima cuantía persona Jurídica.
 - ✓ F-4-4-23 Formato Estudio de Mercado.
 - ✓ F-4-4-24 Formato Estudios Previos.

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 6 de 13

UNAD © 2021

4) Descripción del Procedimiento

 Actividad de Control Operacional

Nº	4.1) Actividad	4.2) Insumos necesarios para la actividad	4.3) Descripción detallada de la actividad	4.4) Registros de Ejecución y de Resultados de la Actividad	4.5) Encargado de la actividad (responsables)
1	Realizar solicitud de comunicación interna/externa o la generación de la campaña de Marketing	Correo Electrónico Formato establecido para realizar la solicitud	Si la necesidad o requerimiento solicitado implica el diseño de una pieza gráfica, publicación de una noticia, diseño de un video y la publicación de un evento, se debe diligenciar el formato establecido y enviar esta información al correo oficina.comunicaciones@unad.edu.co Si la solicitud es para el diseño u operacionalizar una campaña marketing, se debe diligenciar el formato establecido y enviar esta información al correo mercadeo@unad.edu.co .	Correo Electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	Cliente Interno – Cliente Externo

“La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA”.

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 7 de 13

UNAD © 2021

2	Recepción y aprobación de solicitud.	Correo Electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	Recibir y verificar los requerimientos y/o especificaciones de las solicitudes presentadas, para su aprobación y desarrollo del producto comunicativo requerido. Si la solicitud cumple con los requerimientos se informará mediante correo electrónico y se continua con la actividad 3. Si la solicitud no cumple con los requerimientos se informará mediante correo electrónico y regresa a la actividad 1.	Correo electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	Profesional Administrativo de la GCMK responsable del trámite de las solicitudes. Profesional de Marketing
3	Direccionar la solicitud recibida de acuerdo con los requerimientos enviados	Correo Electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	La solicitud que cumpla con los requerimientos establecidos según el servicio se direcciona al responsable y/o equipo de trabajo en la GCMK, para iniciar la elaboración del producto comunicativo en mención.	Correo Electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	Profesional Administrativo de la GCMK

“La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA”.

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 8 de 13

UNAD © 2021

4	Diseñar la pieza gráfica, noticia, video, publicación de evento o diseño de campaña de marketing.	Correo electrónico Formato establecido para realizar la solicitud diligenciado	El área responsable dentro de la GCMK atiende y da respuesta al requerimiento, de acuerdo con las especificaciones registradas en el/los formato/s.	La pieza gráfica, noticia, video, publicación de evento o propuesta de campaña de marketing.	Profesional en Diseño Profesional de Marketing Profesionales en Periodismo Productor audiovisual WebMaster
5	Realizar envío de producto al solicitante para su aprobación	Producto comunicativo o propuesta de campaña.	La GCMK hace la entrega del producto comunicativo o la propuesta de ejecución de campaña al cliente interno o externo que haya realizado la solicitud, mediante correo electrónico institucional para su aprobación y publicación.	Correo Electrónico con el producto comunicativo o propuesta de Campaña	Profesional en Diseño Profesional de Marketing Profesionales en Periodismo Productor audiovisual WebMaster
6	Recibir y aprobar pieza para publicación	Correo Electrónico con el producto comunicativo o propuesta de Campaña	Recibir y aprobar el producto comunicativo o propuesta de Campaña, revisando que cumpla con los requerimientos suministrados al inicio, para su posterior publicación.	Correo Electrónico con aprobación o solicitud para su ajuste	Cliente Interno – Cliente Externo

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 9 de 13

UNAD © 2021

			En caso de que la pieza cumpla los requerimientos dar respuesta al correo electrónico manifestando la conformidad y se continua con la actividad 7. En caso de que la pieza no cumpla con los requerimientos iniciales, dar respuesta al correo electrónico manifestando los ajustes respectivos y regresa a la actividad 4.		
7	Entregar el producto comunicativo y desarrollar la implementación de la campaña	Correo Electrónico con aprobación	El responsable de atender la solicitud realiza la entrega del producto comunicativo aprobado, mediante correo electrónico institucional al equipo encargado de generar su publicación. Y el profesional de Marketing desarrollara e implementara la campaña dando uso a las herramientas de marketing asociadas	Correo Electrónico el producto comunicativo aprobado Campaña desarrollada e implementada Mediante las siguientes herramientas: -Marketing digital -Marketing convencional -Marketing de contenidos -CRM -SEO -SEM -Marketing directo entre otros.	Profesional en Diseño Profesional de Marketing Profesionales en Periodismo Productor audiovisual

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 10 de 13

UNAD © 2021

8	Realizar Publicación	Correo Electrónico con el producto comunicativo aprobado	Se procede a realizar la publicación del producto comunicativo aprobado por los siguientes canales: ✓ Redes sociales ✓ Página Institucional ✓ Medios de comunicación externos (previa validación de su pertinencia y oportunidad)	Piezas gráficas, noticias, videos, registro y publicación de eventos.	Community Manager Web Máster Equipo de Contenido
9	Enviar evidencia de la publicación al solicitante mediante correo electrónico	Evidencia de la publicación del producto comunicativo.	Una vez realizada la publicación, los responsables envían por correo electrónico evidencia de la publicación a quien realizó la solicitud de la siguiente manera: ✓ Si es una publicación para redes sociales se notifica que la información se encuentra lista para ser publicada. ✓ Si es una publicación de videos institucionales o promocionales se envía el video solicitado para su posterior distribución en los	Correo Electrónico Evidencia de la publicación	Community Manager Web Máster Equipo de Contenido

asegúrese de consultar la versión vigente en <https://sig.unad.edu.co>

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 11 de 13

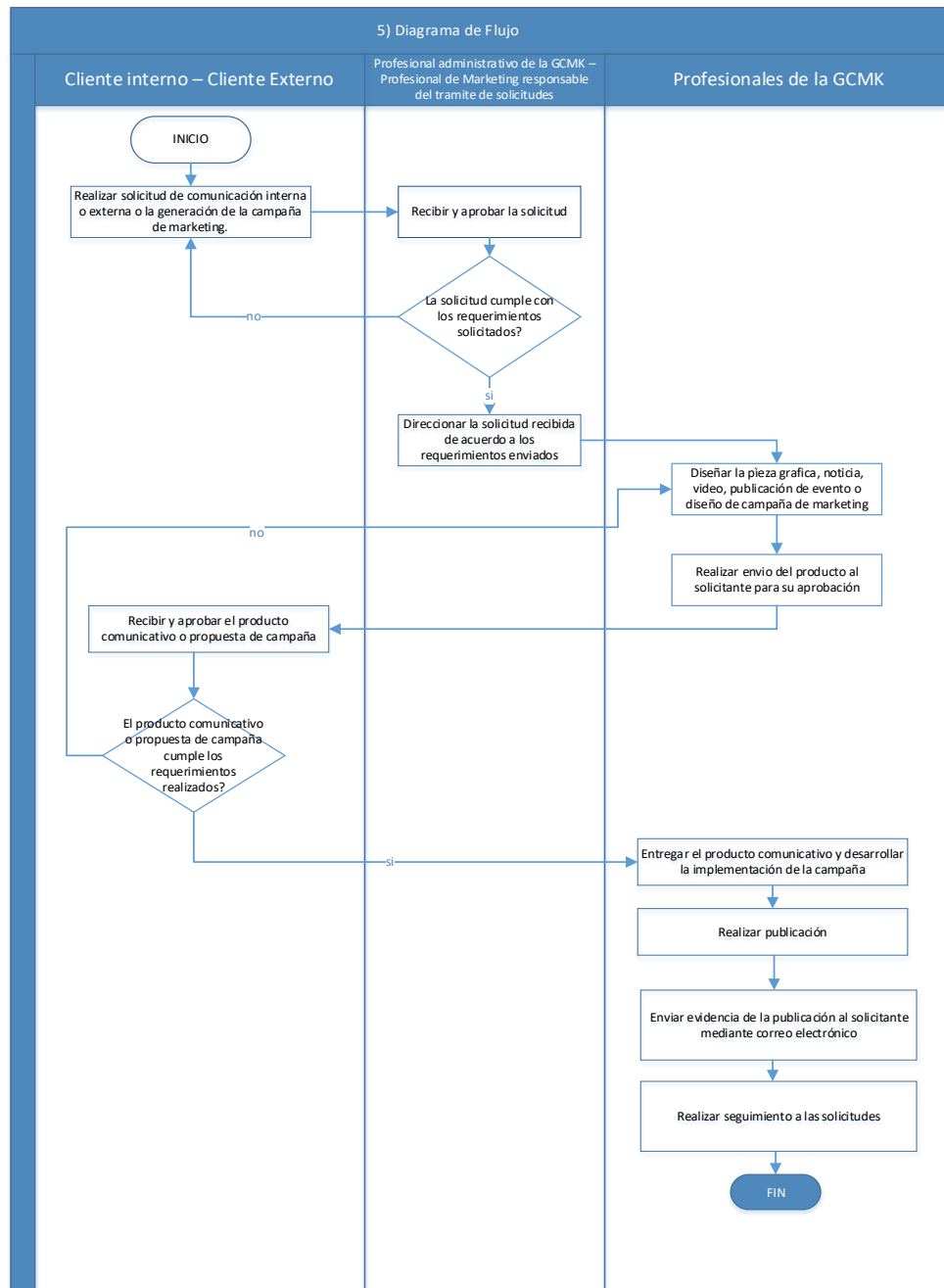
UNAD © 2021

			canales que sean considerados por el solicitante. ✓ Si es una publicación de la noticia o evento en el banner de la página Institucional, se envía el enlace de la noticia o evento en la página web institucional.		
10	Realizar seguimiento a las solicitudes	Evidencia de la publicación Campaña desarrollada e implementada	La GCMK realiza seguimiento a las solicitudes desarrolladas de manera trimestral, esto con el fin de analizar el flujo del procedimiento y tomar decisiones que aporten a la mejora de la prestación de los servicios.	Seguimiento de solicitudes	Equipo de Contenido

FIN

	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL		CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING		VERSIÓN: 1-27-09-2021
			PÁGINAS: Página 12 de 13

UNAD © 2021



	PROCESO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO: P-2-17
	PROCEDIMIENTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING	VERSIÓN: 1-27-09-2021
		PÁGINAS: Página 13 de 13

UNAD © 2021

6) Normatividad y Documentos de Referencia	
6.1) Documento de consulta	6.2) Consulta en
Matriz de Marco Legal y Normatividad Aplicable	Ver enlace

7) Modificaciones/actualizaciones		
7.1) Versión	7.2) Fecha	7.3) Descripción resumida de la modificación/actualización
0	16-09-2020	Primera emisión emitida
1	27-09-2021	Se realizó cambio del nombre del procedimiento, del objetivo y alcance, se incluyen definiciones community Manager, Marketing Digital, Marketing de contenidos SEO, SEM, CRM entre otras, se ajustan las condiciones generales 3,1, 3,2, 3,3 y se incluye la 3,6. Se realizan ajustes a la descripción de actividades por ende se modifica el diagrama de flujo y se actualiza la política de comunicaciones aprobada mediante el acuerdo 034 de junio de 2021