



POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Corporación Universitaria de Asturias

15 de marzo de 2018.

Tabla de Contenido

| | | |
|------|--|----|
| 1. | Justificación..... | 3 |
| 2. | Objetivo General..... | 3 |
| 3. | Objetivos Específicos..... | 4 |
| 4. | Identidad Institucional..... | 4 |
| 4.1. | Valores..... | 4 |
| 4.2. | Misión..... | 5 |
| 4.3. | Visión..... | 6 |
| 5. | Imagen corporativa..... | 6 |
| 6. | Modalidades de Comunicación..... | 6 |
| 6.1. | Comunicación Interna..... | 6 |
| 6.2. | Comunicación Externa..... | 7 |
| 6.3. | Comunicación Interinstitucional..... | 7 |
| 7. | Responsables de la gestión comunicativa..... | 7 |
| 8. | Canales de Comunicación..... | 8 |
| 8.1. | Página WEB..... | 8 |
| 8.2. | Correos Electrónicos..... | 8 |
| 8.3. | Redes Sociales..... | 8 |
| 8.4. | Plataforma Virtual..... | 9 |
| 8.5. | Línea telefónica..... | 9 |
| 8.6. | Instalaciones de la Institución..... | 9 |
| 9. | Políticas de Comunicación..... | 9 |
| 10. | Plan Estratégico de Comunicaciones..... | 10 |

10/2



1. Justificación

Desde su Proyecto Educativo Institucional – PEI, la Corporación Universitaria de Asturias cuenta con lineamientos claros de su identidad, compromiso como institución de educación superior y la manera como desea proyectarse hacia todos sus grupos de interés. Los procesos de comunicación institucional deben responder a principios de transparencia, honestidad, veracidad, oportunidad y respeto, los cuales deben ser garantizados en todas las instancias de la institución¹. Es por ello, que la institución considera la comunicación como un proceso transversal, participativo y pilar de la dinámica propia de todas sus actividades a corto, mediano y largo plazo.

La Corporación Universitaria de Asturias se ha comprometido a trabajar constantemente en el logro de altos estándares de calidad en sus procesos académicos e institucionales, que permitan su reconocimiento a nivel nacional e internacional. Bajo este concepto, la Política de Autoevaluación y las metas estratégicas contempladas en el Plan de Desarrollo Institucional se enmarcarán en los lineamientos de acreditación de alta calidad estipulados por el Consejo Nacional de Acreditación CNA (tanto para la acreditación de los programas académicos como institucional). Dentro de estos lineamientos se consideran los procesos de comunicación como la forma en que *“la institución mantiene procesos y mecanismos de comunicación eficientes, actualizados, con alta cobertura y transparencia que promuevan y garanticen el derecho al acceso a la información. Sus sistemas de registro, consulta y archivo de información se desarrollan con alto nivel de sistematicidad”*².

Contar con una política de comunicaciones es un paso fundamental para convertir el proceso comunicativo de la institución en una estrategia competitiva, que posicione a la corporación como una institución referente en educación virtual, y que le permita avanzar significativamente en el cumplimiento de su misión, visión y promover permanentemente sus valores.

2. Objetivo General

Esta política tiene como objetivo la generación de estrategias y planes de comunicación digitales que garanticen contenidos y campañas dirigidas a los diferentes grupos de interés de la Institución, que permitan el cumplimiento de la misión, visión y planteamientos estratégicos para generar adecuada visibilidad institucional y reconocimiento en sus grupos de interés.

¹ Proyecto Educativo Institucional Corporación Universitaria de Asturias. Bogotá D.C., agosto de 2016.

² Acuerdo 03 de 2014, Consejo Nacional de Educación Superior – CESU. Por el cual se aprueban los lineamientos para la acreditación institucional. Bogotá D.C., diciembre de 2014.

3. Objetivos Específicos

- Promover procesos de comunicación digitales responsables en cuanto a confiabilidad, calidad y oportunidad.
- Contribuir al logro de los objetivos institucionales.
- Consolidar la imagen de la institución entre todos sus grupos de interés.
- Aportar a la visibilidad y el impacto de los avances de la institución en cuanto a formación, investigación, extensión y proyección social, procesos estratégicos y de apoyo.
- Promover y difundir los valores institucionales, así como sus principios e ideales.
- Contribuir a los procesos de gestión académica y administrativa de la institución.

4. Identidad Institucional

4.1. Valores

Los valores de la Corporación Universitaria de Asturias se establecen a fin de favorecer el clima organizacional y el cumplimiento de los objetivos del proyecto educativo de la institución. Estos son:

Trabajo en equipo orientado al logro y al crecimiento: Se refiere al logro de los objetivos a partir del trabajo colaborativo, basado en un modelo de comunicación asertiva, liderazgo, empoderamiento y generación de valor a partir de la construcción conjunta de un producto.

Felicidad: Expresada en la actitud positiva, la pasión por lo que se hace y el compromiso con el otro, en función de un mayor desarrollo humano orientado a la búsqueda de la felicidad.

Innovación: Las acciones de la Institución deben estar abiertas a las nuevas tendencias o a ideas de cambio para obtener mejores resultados. Este valor exige de las personas no generar resistencia al cambio, estar actualizado y atento de las nuevas tecnologías, recursividad para atender nuevos retos y apertura a la implementación de nuevas ideas.

Integridad: En torno a este valor se reúne la confianza, la humildad, la honestidad y la cordialidad como identidad de las personas que conforman la comunidad académica de la CUJA. Es un sello de responsabilidad con la sociedad y de profesionales éticos y comprometidos con el desarrollo de su comunidad.

4.2. Misión

"Asturias Corporación Universitaria brinda libertad a sus estudiantes graduándolos en programas académicos pertinentes, ilusionantes y de futuro".

La misión está construida por los conceptos clave en los que se fundamenta el ejercicio académico de la institución como se detalla en seguida:

Libertad: La modalidad on-line posibilita a los estudiantes acceder al conocimiento de forma libre y autónoma. Los procesos de aprendizaje son autorregulados y son los estudiantes quienes organizan sus actividades de formación, establecen su propio ritmo de aprendizaje, pueden acceder desde cualquier parte del mundo y tienen el conocimiento a su alcance en el momento en que lo deseen.

Graduándolos: Esta palabra de la misión refleja el compromiso de la Institución por la persistencia y permanencia estudiantil. El objetivo de la CUA es ofrecer personal profesional idóneo a la sociedad y esto solamente se logra cuando los estudiantes obtienen su título que acredita formalmente sus habilidades en un campo específico y le permite acceder al ejercicio de su profesión. Es por esto que el proyecto educativo debe estar orientado a promover el aprendizaje del estudiante que se refleja en la aprobación de las asignaturas, a atacar situaciones de vulnerabilidad que aumenten la probabilidad de deserción y de este modo graduar a nuestros estudiantes en el tiempo previsto y con las competencias desarrolladas.

Programas académicos pertinentes: La pertinencia de los programas de la Institución se garantiza a través de la adecuada alineación de las competencias de las asignaturas con las exigencias de formación del sector productivo. Es aquí donde las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión se articulan para garantizar que los programas académicos respondan de manera adecuada a las expectativas y necesidades de la sociedad.

Programas académicos ilusionantes: La ilusión parte de los sueños de los estudiantes y las motivaciones que los mueven para avanzar en su formación. La CUA quiere que los programas académicos sean parte de esa ilusión de progreso, mejora de la calidad de vida y superación personal, y que trascienda al plano de la realidad cuando los estudiantes y egresados inicien la construcción de esas metas personales con base en la formación y experiencia obtenida por su proceso de aprendizaje y desarrollo laboral.

Programas académicos de futuro: La Corporación Universitaria de Asturias cree que el futuro está en el desarrollo de la tecnología y la incorporación de los medios digitales en todos los procesos productivos. Esta

tendencia requiere de programas con esta proyección que ya se está viviendo que desarrolle las competencias necesarias para afrontar los retos de un mundo globalizado, digital y tecnológico.

4.3. Visión

"La corporación universitaria Asturias será la universidad digital líder por número de graduados en Colombia en el año 2025".

Esta visión expresa el compromiso de la Corporación para beneficiar al mayor número de personas que sea posible por encima de otras universidades a nivel nacional. Este reto parte de los canales digitales que rompen las barreras de lo físico, pero también requiere de generar estrategias que sigan facilitando el acceso de la población a la educación superior: mayor oferta de programas pertinentes, modelo pedagógico flexible, bajos costos, entre otros.

5. Imagen corporativa

Es la forma como la identidad institucional se proyecta a los diferentes grupos de interés consolidado a través de su manual de marca y al conjunto de percepciones que la corporación genera a través del desarrollo de sus actividades en los diferentes grupos de interés.

6. Modalidades de Comunicación

De acuerdo con los grupos de interés establecidos y con el fin de fortalecer una relación permanente con ellos, las modalidades de comunicación de la Corporación Universitaria de Asturias podrán ser:

6.1. Comunicación Interna

Es la definida como la interrelación de CUA con toda la comunidad académica (estudiantes, docentes, personal administrativo, personal académico, Asamblea y Consejo Directivo). Su finalidad es comunicar información relevante de la institución en el desarrollo de sus actividades, de manera clara y pertinente, y donde se potencie su participación permanente para el mejoramiento del desempeño Institucional y el cumplimiento de planes y proyectos estratégicos.

6.2. Comunicación Externa

La comunicación externa tiene como objetivo el posicionar y generar reconocimiento de CUA con los diferentes grupos de población interesados en vincularse a la Educación superior, o aquellos interesados en conocer los avances de la Institución en el desarrollo de su modelo pedagógico. Esta comunicación se desarrolla a través de contenidos digitales por medios como prensa, portales educativos, buscadores en internet y diferentes soportes digitales que nos conecten con el universo digital dirigido a audiencias específicas.

La comunicación externa también nos lleva a definir la forma a través de la cual la Institución se comunicará con Entidades gubernamentales a través del vocero oficial que para este caso es la rectoría.

6.3. Comunicación Interinstitucional

Busca promover y fortalecer nexos y convenios a nivel nacional e internacional con entes gubernamentales, organismos de control, instituciones educativas, acreditadoras, empresas, gremios, redes de trabajo y aprendizaje, grupos de investigación, entre otros, con el fin de potenciar las funciones sustantivas de la institución, así como sus procesos administrativos.

7. Responsables de la gestión comunicativa

Todo integrante o dependencia de la Corporación Universitaria de Asturias que produzca contenidos o información por alguna de las modalidades anteriormente descritas, se considera tienen una parte de responsabilidad en el buen manejo de los procesos de comunicación. Cabe aclarar, que la Dirección Marketing y Comunicaciones es la responsable de la administración de medios y canales de comunicación, así como de coordinar los procesos de comunicación institucional garantizando el debido cumplimiento normativo generado por el Ministerio de Educación Nacional para las instituciones de educación superior.

Voceros Institucionales: Los voceros tienen la función de hacer extensivos los mensajes oficiales de la institución a la comunidad académica, medios externos y a la opinión pública. Los voceros principales de la Corporación Universitaria de Asturias serán el rector, el secretario general y los vicerrectores, quienes en acompañamiento de la Dirección de Comunicaciones y Marketing determinarán los voceros específicos según los temas, eventos y situaciones que se estén desarrollando a nivel institucional.

8. Canales de Comunicación

8.1. Página WEB

La página WEB de la Corporación consolida la información que se dirige para los diferentes grupos de interés de la Institución. El estudiante encuentra todos los contenidos normativos como reglamento estudiantil, políticas y lineamientos institucionales, así como también se constituye como punto de ingreso para los estudiantes que deseen acceder a la plataforma académica virtual.

Los potenciales estudiantes que ingresan a través de nuestro CRM como solicitudes de información (SDI), encuentran en la página la oferta de los programas actualmente aprobados por el Ministerio de Educación Nacional, incluyendo los costos y condiciones para realizar el proceso de matrícula.

8.2. Correos Electrónicos

El correo electrónico Institucional se asigna a los colaboradores que ingresan a la Institución y se rige por el manual de buen uso definido por el departamento de Tecnología. El correo institucional debe garantizar la firma que identifique al firmante de la siguiente manera:

- Nombre y apellido
- Cargo
- Área
- Teléfono y extensión /celular
- E-mail
- Logo de la Corporación Universitaria de Asturias



8.3. Redes Sociales

Las redes sociales Institucionales se crearán únicamente por la Dirección de Marketing y Comunicaciones y serán administradas garantizando su buen uso en la generación de contenidos exclusivamente institucionales con contenido académico y de la oferta de los programas aprobados por el Ministerio de Educación Nacional.

8.4. Plataforma Virtual

La plataforma virtual fue creada y personalizada para la Corporación Universitaria de Asturias y establece diferentes grados de organización de la oferta formativa, permitiendo establecer itinerarios formativos completos para los alumnos y convocatorias. Adicionalmente, cuenta con un *Centro de Ayuda* que permite una interacción directa con el alumno para resolver dudas referentes de la institución.

8.5. Línea telefónica

La Corporación Universitaria de Asturias dispone de la siguiente línea telefónica de contacto autorizada: (57 1) 795 6999. La cual estará disponible para todos los grupos de interés de la institución, esta línea se administra directamente por la corporación y busca garantizar respuesta inmediata con todos los procesos establecidos.

8.6. Instalaciones de la Institución

Las instalaciones de la institución se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá D.C., Colombia, Carrera 18 No. 79 – 25 y su horario de atención es de lunes a viernes de 08:00 am 1:00 pm y de 2:00 pm. 06:00 pm.

9. Políticas de Comunicación

El posicionamiento y reconocimiento institucional se deberán promover a través del buen uso de la identidad institucional y el manejo estratégico de sus relaciones públicas con los grupos de interés.

Es política de la institución trabajar permanentemente en la administración y conservación de buenas relaciones con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales, así como de propender por el buen relacionamiento interinstitucional en búsqueda de potenciar sus funciones sustantivas.

La Dirección de Comunicaciones y Marketing será la dependencia responsable de monitorear el cumplimiento y buen uso de la imagen corporativa, especialmente en la revisión de piezas publicitarias y medios de promoción, así como de retroalimentar a los responsables para el mejoramiento continuo de su uso.

La Dirección de Comunicaciones y Marketing apoyará y deberá asesorar la realización de eventos de impacto para la institución y con especial atención en los eventos donde participe la comunidad externa.

10. Plan Estratégico de Comunicaciones

El Plan Estratégico de Comunicaciones deberá ser preparado y presentado por la Dirección de Comunicaciones y Marketing para aprobación de la Rectoría, Consejo Directivo, y posterior inclusión en los planes institucionales de corto y mediano plazo.

El objetivo del plan es garantizar la coherencia entre las políticas y objetivos institucionales, y será revisado periódicamente por las personas o comité designados por la rectoría. Adicionalmente, el plan deberá contener indicadores de gestión que permitan monitorearlo y evaluarlo.

Elaborado


Vicerrectoría de Alianzas, Mercadeo y Admisiones

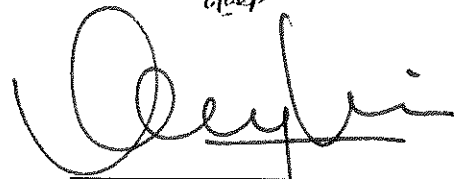
Aprobado

Consejo Directivo

Seguimiento

Rectoría – Oficina de Planeación


Gisele Eugenia Becerra Plaza
Rectora


Carlos Pérez Castro
Presidente Consejo Directivo