

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COLOMBO GERMANA
UniGermana

POLITICA INSTITUCIONAL

Nombre de la Política	Dependencia
Política de Comunicación Institucional	Comunicaciones y Diseño Gráfico

Modificaciones a la versión anterior:

Versión: xx	Fecha: XXXXXX	Revisado por: Cargo:	Aprobado por: Cargo:	Firma
----------------	---------------	-------------------------	-------------------------	-------

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN DE LA POLÍTICA
2. MARCO DE REFERENCIA
3. OBJETIVO
4. ALCANCE
5. DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA
6. ORIENTACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN, DESPLIEGUE, ANÁLISIS, EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA
7. RESPONSABILIDAD
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

1. INTRODUCCIÓN DE LA POLÍTICA

Considerando que en virtud de la autonomía otorgada en el artículo 69 de la constitución política que garantiza a las universidades regirse con sus propios estatutos y reglamentos, la **Fundación Universitaria Colombo Germana, “UniGermana”**, promoverá los principios de libertad de pensamiento y pluralismo ideológico en su política de comunicación como se estipula en la misión. Por ello la gestión de la comunicación, estrategias y acciones emitidos por los medios de comunicación propenderán por una comunicación transparente, oportuna y eficaz que permita la consolidación de la imagen institucional en todas las aplicaciones de identidad donde se requiera su uso.

2. MARCO DE REFERENCIA

La **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** cuenta con un marco referencial, tanto en normas de orden legal, nacionales e internacionales de la siguiente forma. Ley 30 de 1992. Por la cual se expide la Ley general de educación. Ley 1581 de 2012 reglamentada parcialmente por el decreto 1377 de 2013, (ley de protección de datos personales). Ley 1379 de 2010 por la cual se organiza la red nacional de bibliotecas públicas y se dictan otras disposiciones. Ley 23 de 1982. Por

la cual se reglamentan los derechos de autor. Ley 44 de 1993. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944. Decisión Andina 351 de 1993. Ley 1032 de 2006. Por la cual se modifican algunos artículos de la ley 599 de 2000 (Código Penal) sobre violación a normas sobre derechos de autor. Estatuto Institucional 26827 del 29 de diciembre de 2017 y en especial resolución 12220 del 2016. Por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior.

Actualmente la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** cuenta con certificación en la Norma ISSO 9001, cumpliendo así con los numerales:

4.4.1,
5.1.2
8.1, 8.2.1, 8.2.2, 8.2.3.1, 8.5.1, 8.5.2, 8.5.3, 8.5.4, 8.5.5
9.1.1, 9.1.2,
10.1, 10.2.1, 10.2.2, 10.3

3. OBJETIVO GENERAL

Determinar los lineamientos del proceso de comunicación de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”**, mediante el diseño de estrategias que permitan los diferentes mecanismos y canales para comunicarnos con cinco públicos como son: estudiantes, profesores, administrativos, docentes, sector productivo o externo, la divulgación, articulación e interacción coherentes con la misión y visión de la Unigermana para contribuir con el posicionamiento de la institución hacia su público interno y externo.

- ✓ Estructurar los componentes de la comunicación interna y externa que emite la institución.
- ✓ Crear posicionamiento de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** destacándose entre las universidades por su calidad.
- ✓ Contribuir con el reconocimiento ante el Ministerio de Educación Nacional.
- ✓ Unificar la imagen y estilo gráfico de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”**, utilizado a nivel nacional, para garantizar la adecuada proyección de la imagen institucional.
- ✓ Contribuir al fortalecimiento y optimalización de las comunicaciones internas y externas de la Fundación.
- ✓ Promover una comunicación responsable en términos de confidencialidad y confiabilidad de la información.

4. ALCANCE

La política de comunicación de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** va orientada a la siguiente población.

Interna: (estudiantes, egresados, docentes y colaboradores). Dirigida a la comunidad unigermanista con el fin de asegurar que todos sus integrantes intercambien información clara, pertinente y oportuna que permita el mejoramiento continuo con la interacción de la información entre las diferentes áreas que componen la institución.

Externa: (toda persona, empresa u organización que no pertenezca a la institución). Su prioridad está enfocada en fortalecer la imagen de la **UNIGERMANA**, su identidad y el que hacer de la institución en los sectores académicos y sociales.

Internacional: (toda persona, empresa u organización que no tenga nacionalidad colombiana dentro o fuera del país). Busca fortalecer las relaciones con otras nacionalidades, para establecer convenios que permitan el intercambio de conocimiento entre docentes y estudiantes.

5. DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA

- Se debe promover el buen uso de la imagen institucional a través del manual de imagen corporativa, el direccionamiento de relaciones públicas estratégicas, la realización de medios y procesos de comunicación eficaces que proyecten el quehacer de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** a los diferentes públicos de interés.
- Toda publicidad que se emita por parte de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** deberá regirse bajo la resolución 12220 del 2016 por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior, en especial los artículos del 1 al 9.
- Los símbolos institucionales de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** representan una institución enmarcada en la investigación, la libertad de cátedra, excelencia y calidad. Estos símbolos están constituidos por el himno, la bandera, los colores, la tipografía, así como los demás elementos que permitan identificar la institución. Todo miembro de la institución le corresponde hacer uso adecuado de los símbolos como parte de la imagen institucional.
- Reconocer como actor principal la política de comunicación buscando sentido de pertenencia, identificación con la Institución, desarrollo estratégico de divulgación, reconocimiento y posicionamiento.
- La creación de medios, nuevas formas de comunicación, publicidad interna, externa, componentes de la imagen institucional como, membretes, sobres, tarjetas, logos, etc., deberán ser aprobada por el área de rectoría y comunicaciones.
- Asegurar que cada uno de los actores tengan conocimiento y uso del manual de imagen corporativa de acuerdo a sistema integrado de gestión, con los lineamientos de la institución, velando por el respeto a la imagen, los colores y el arte con la que se encuentra aprobada en el sistema integral de gestión.
- Dar manejo a los canales de comunicación, la matriz de comunicación que cuenta con los parámetros de las comunicaciones internas y externas, propendiendo el respeto y realizando de forma efectiva la comunicación, apoyando la difusión y el desarrollo de los eventos.
- Realizar uso de los medios de comunicación con los que cuenta la institución, como página web, carteleras, volantes, folletos, pendones, avisos internos y externos, correo electrónico, boletines, comunicados; como marco para la participación y libre expresión de los integrantes de la comunidad educativa siempre respetando los principios de la institución.
- La divulgación de la información de actividades, eventos y demás que se realicen externamente deben de cumplir con las condiciones de color, marca y aprobación por rectoría y el departamento de comunicaciones de la Institución.

- Es responsabilidad de toda la comunidad educativa mantener la información real y eficaz en la página web, las redes sociales y todo el que requiera conocer de sus actividades.
- La política de comunicaciones está enmarcada en el desarrollo de la misión y visión de la Institución, manejando la visibilidad de la marca en búsqueda de la calidad.

6. ORIENTACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN, DESPLIEGUE, ANÁLISIS O EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA

- En el marco de los valores y los principios de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** toda publicidad interna y externa deberá regirse por el manual de imagen corporativo registrado en el sistema integral de gestión, siguiendo la normatividad allí descrita en proporción, área, color, escala, ubicación y haciendo especial énfasis en los usos correctos en la aplicación del logo en las diferentes piezas publicitarias.
- La página web es el canal de posicionamiento y visibilidad interna y externa, la creación, administración, actualización y definición de los micro sitios es responsabilidad de la dirección de comunicaciones. Los contenidos de la información su veracidad y ecuanimidad son responsabilidad de cada dependencia. La identidad, interactividad serán orientados por la dirección de comunicaciones a través del manual de imagen corporativa
- El correo electrónico institucional de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** reconoce el uso de este medio como oficial para el intercambio de la información como parte del quehacer diario, así mismo promoverá el hábito del intercambio de información como documentos y mensajes institucionales por correo electrónico.
- Los acuerdos, resoluciones, estatutos generales, reglamentos y circulares que refleja las diferentes decisiones de los actores de la institución deberán ser comunicados oportunamente a través del correo institucional o página web según su estatus de confidencialidad, El área responsable del documento informará a la dirección de comunicaciones que este documento debe ser publicado en el sitio web de la institución.
- La creación y administración de canales digitales como las redes sociales dependerá únicamente de la dirección de comunicaciones, su administración estará guiada por el área de mercadeo para promoción de la marca y serán las diferentes dependencias quienes suministrarán la información de actividades que realice la universidad, la interactividad generada por la comunidad (fans) de la red estará administrada por la dirección de comunicaciones.
 - Está prohibido la creación de cualquier sitio en la red social con el nombre de Unigermana o **Fundación Universitaria Colombo Germana**, sin la validación y aprobación de rectoría y la dirección de comunicaciones.
- Producción de medios audiovisuales estará adscrito a la dirección de comunicaciones, esta brindará el apoyo técnico que permita potencializar el uso de los canales internos de TV y online (YouTube) para la divulgación de las actividades académicas e institucionales, la promoción de nuevos proyectos, así mismo la articulación con agentes externos que fortalezcan las actividades de docencia, investigación, proyección social, internacionalización, bienestar institucional y promoción.
- Gestión Call INCAP esta adscrita al grupo INCAP y apoya la promoción, divulgación de la toda la información que divulga la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** incluyendo la oferta académica.

7. RESPONSABILIDAD

Todo integrante de la **Fundación Universitaria Colombo Germana “UniGermana”** que produzca o intervenga en el flujo de información. En ese sentido, todos los integrantes tienen una parte de responsabilidad en esta gestión y su aprobación de la publicación dependerá del visto bueno del directivo solicitante para su respectiva publicación en los medios de comunicación que maneja la institución.

- Consejo Superior
- Rectoría
- Vicerrectoría Académica
- Decanaturas
- Secretaría General
- Dirección de Talento Humana
- Dirección de Mercadeo
- Dirección de Proyección Social
- Dirección de Internacionalización
- Dirección de Bienestar Institucional
- Dirección Financiera
- Dirección E-learning
- Departamento de Comunicación y Diseño Gráfico

La responsabilidad de la política envuelve a todos los grupos en los cuales se desarrolla esta, realizando un control eficaz respetando los lineamientos de la imagen y marca.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ministerio de Educación Nacional. Resolución 12220, (20/06/2016).
https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-357678_recurso_1.pdf
- Universidad del Bosque. Políticas de Comunicación.
http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/pdf/documentos_interes/politica_de%20comunicaciones-abril-11-2011.pdf
- Fundación Universitaria los libertadores. Políticas institucionales de comunicación.
<http://www.ulibertadores.edu.co/images/documentos-institucionales/documentos/politica-comunicacion.pdf>
- Universidad Central. Acuerdo del Consejo Superior N° 7-2015.
<https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/normativa/2015-acuerdo-consejo-superior-007.pdf>
- Universidad del Norte. Políticas de comunicación.
https://guayacan.uninorte.edu.co/normatividad_interna/upload/File/manuales/manual_politicas_comunicaciones.pdf
- Fundación Universitaria Colombo Germana. Proyecto Educativo Institucional, (PEI). Acuerdo N° 006. <http://www.colombogermana.edu.co/colombog/assets/peiftcg.pdf>.
- Fundación Universitaria Colombo Germana. Sistema Integral de Gestión.
<http://quantum.sincap.co:8080/quantum-war/>

UniGermana

Fundación Universitaria Colombo Germana

Personería Jurídica - Resolución No. 26827 de noviembre 29 de 2017 del MEN



PBX: 518 77 77
www.unigermana.edu.co

Av. Caracas No. 63 - 87
Bogotá D.C., Chapinero, Colombia