

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

**PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL
VIGENCIA 2009 - 2013**

**BANCO DE PROYECTOS DE INVERSION
VIGENCIA 2014**

**PROYECTO DE INVERSIÓN:
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN**

**NOMBRE DEL COORDINADOR:
HADASHA ALEXANDRA CÁRDENAS GARZÓN**

**RECTORÍA
GRUPO DE COMUNICACIONES CORPORATIVAS**

**FICHA DE REGISTRO Y ACTUALIZACION
DE PROYECTOS DE INVERSION**

MODULO I: IDENTIFICACION

<p>REGISTRO: 4.520.705.1.2.3 Fortalecimiento de la Comunicación</p>
--

1. CLASIFICACIÓN

CODIGO Y NOMBRE DEL PROYECTO	Fortalecimiento de la comunicación
TIPO DE PROYECTO	Es una estrategia destinada a fortalecer la comunicación en la Universidad, dándole un sentido estratégico para el desarrollo de la institución, de modo que se consoliden la apropiación social del conocimiento, la convivencia y la identidad entre la comunidad universitaria y la opinión pública.
EJE TEMATICO	Eje PDI: 4. Vida universitaria y desarrollo humano Programa PDI: 12. Comunicación, imagen y medios Este proyecto apunta al cumplimiento de los ejes antes mencionados del Plan de Desarrollo Institucional, a través de acciones comunicativas, estrategias de comunicación interna, desarrollo de plataformas inclusivas con base a las necesidades comunicativas de la UPN y teniendo en cuenta las diferentes poblaciones que atiende.
PROGRAMA	Enunciación del programa del Plan de Desarrollo Institucional 2009-2013, al que pertenece: 7.12 Comunicación, imagen y medios.
OBJETIVO INSTITUCIONAL	Fortalecer la apropiación social del conocimiento producido en la Universidad, la convivencia y la reputación institucional.
OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO	Establecer un sistema institucional de comunicación con visión estratégica, que fortalezca la apropiación social del conocimiento producido en la Universidad, la convivencia, el bien-estar y la participación entre la comunidad universitaria, la identidad y reputación entre la ciudadanía en general.
OBJETIVO ESPECIFICO DE LA VIGENCIA	Desarrollar una estrategia integral de comunicación que permita mejorar indicadores de apropiación social del conocimiento, participación y

	reputación institucionales.
--	-----------------------------

2. COORDINACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

NOMBRE DEL COORDINADOR	Hadasha Alexandra Cárdenas Garzón
TIPO DE VINCULACION (Planta, otra)	Planta
CENTRO DE RESPONSABILIDAD:	Rectoría
UNIDAD DE SEGUIMIENTO:	Grupo de Comunicaciones Corporativas
EVALUADOR:	Rectoría
OBSERVACIONES	

3. DESCRIPCION

<p>El proyecto busca consolidar un sistema de comunicación institucional que permita incidir en las formas de pensar, sentir y actuar de los actores sociales vinculados a la Universidad a través de acciones comunicativas que permitan informar, contextualizar, colectivizar y poner en agenda pública el conocimiento producido en la UPN.</p> <p>Problema: El mundo contemporáneo demanda acciones comunicativas como parte estratégica del desarrollo de las instituciones; por ello en la UPN es necesario fortalecer el sentido estratégico de la comunicación para fortalecer relaciones con los públicos objetivo y así mejorar la convivencia, la apropiación social del conocimiento, el sentido de lo público y la reputación institucional.</p> <p>Efectos del problema central:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identidad institucional que no está vinculada con los valores misionales y una reputación institucional adversa ante la opinión pública. ✓ Formas de habitar la Universidad que conducen a un deterioro de lo público y de la convivencia entre la comunidad universitaria. ✓ Escasa apropiación social del conocimiento académico, investigativo y cultural producido en la Universidad. <p>Causas del problema - Ejes problemáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escasa visibilización ante la opinión pública de las facetas docente, investigativa y social de la UPN. ✓ Ausencia de acciones comunicativas efectivas que fortalezcan la identidad institucional entre la comunidad universitaria. ✓ Canales deficientes de comunicación entre la comunidad universitaria y el gobierno universitario. <p>Desinformación acerca de la naturaleza de lo público.</p>
--

4. JUSTIFICACION

<p>La Universidad Pedagógica Nacional requiere fortalecer su identidad institucional ante la comunidad universitaria y la opinión pública nacional como una entidad formadora de docentes, investigadora del saber pedagógico y con proyección sobre la sociedad colombiana, para fomentar así la apropiación social de ese conocimiento y el diálogo de saberes con los distintos actores sociales vinculados a ella.</p> <p>En este sentido, desarrollará acciones comunicativas que permitan informar, contextualizar e integrar al proyecto</p>

colectivo a los actores sociales involucrados con la Universidad, así como poner en agenda pública los temas de relevancia institucional, para lograr una movilización social que beneficie la consecución de los objetivos misionales.

5. DURACION TOTAL DEL PROYECTO

FECHA DE INICIO (Tiempo Total de Ejecución)	Enero 20 de 2014
FECHA DE TERMINACIÓN (Tiempo Total de Ejecución)	Diciembre 22 de 2014
DURACIÓN (N.º meses de la totalidad del proyecto)	11 meses
FASES DEL PROYECTO	
FASES TOTALES: Describir el número total de fases del proyecto	El proyecto se desarrollará entre enero y diciembre de 2014
FASES REALIZADAS: Especificar las fases ejecutadas en vigencias anteriores	El proyecto comprende 3 fases: Fase de conceptualización y diseño Fase de ejecución de estrategia Fase evaluación y modificación
FASE A EJECUTAR: Especificar la fase que se va a ejecutar durante la vigencia 2014	Las tres fases anteriormente nombradas se ejecutarán en el tiempo antes estipulado.
El adecuado manejo del tiempo facilita la organización de las actividades, la comprensión del proyecto como un ejercicio finito –con un inicio y un fin–, y permite un oportuno proceso de seguimiento y evaluación.	

6. POBLACIÓN OBJETIVO

CARACTERIZACIÓN	El proyecto impactará a la comunidad universitaria, comunidad externa directamente relacionada con la Universidad y a la opinión pública en general.
CANTIDAD	Indefinido
LOCALIZACIÓN	

7. CONTEXTO TEORICO

ESPACIO EXCLUSIVO PARA PROYECTOS DE DOCENCIA, INVESTIGACIÓN, O PROYECTOS TRANSVERSALES CON UN ALTO COMPONENTE INVESTIGATIVO.
Ubicación teórica y conceptual del objeto de trabajo del proyecto. Supone la revisión de teorías, conceptos y antecedentes que tengan relación con el objeto de estudio, y que ayuden a precisarlo.
La delimitación del contexto teórico permitirá una adecuada evaluación cualitativa del proyecto, en términos de innovación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	INDICADORES DE RESULTADO
<p>Objetivo 1: Posicionar el portal web institucional como referente de apropiación social del conocimiento, logrando que la comunidad universitaria se sienta representada en el mismo, con el fin de difundir la producción académica, investigativa y de extensión de la UPN, estableciendo diálogos con actores externos.</p>	<p>Meta 1: Apropiación del portal web del institucional por parte de la comunidad universitaria a través de la descentralización de la administración del mismo, y de los minisitios y micrositos.</p> <p>Meta 2: Crear una aplicación web con los perfiles de los docentes UPN dentro de los sitios de los minisitios de las Facultades.</p> <p>Meta 3: Desarrollar los minisitios de Biblioteca, CIUP, Sedes, Valmaría, rectoría y segundo idioma.</p> <p>Meta 4: Crear propuesta de arquitectura de información y diseño del Home Portal web institucional.</p> <p>Meta 5: Difusión de la producción de conocimiento de la UPN con base en los lineamientos de identidad corporativa y GEL.</p>	<p>Meta 1: 9 minisitios descentralizados.</p> <p>Meta 2: Un aplicativo web para perfiles de los docentes UPN.</p> <p>Meta 3: 5 minisitios apropiados por su respectiva unidad académica o administrativa.</p> <p>Meta 4: Propuesta Home portal web institucional para ser rediseñado.</p> <p>Meta 5: Atención del 100% de los requerimientos de difusión por parte de la comunidad universitaria</p>
<p>Objetivo 2: Fortalecer la identidad institucional a través de una comunicación visual que transmita los valores misionales en mensajes estratégicos y unificados, para generar sentido de pertenencia en la comunidad universitaria y reconocimiento de los actores externos.</p>	<p>Meta 1: Promover el buen uso de la identidad corporativa.</p> <p>Meta 2: Crear cultura de uso de cero papel y de austeridad en la UPN.</p> <p>Meta 3: Crear medios de comunicación dirigidos a poblaciones con condición de discapacidad.</p> <p>Meta 4: Crear una estrategia de carteleras.</p>	<p>Meta 1: Número de dependencias académicas y administrativas que hacen buen uso de la identidad corporativa.</p> <p>Meta 2: Número de piezas comunicativas conceptualizadas y desarrolladas en formato digital.</p> <p>Meta 3: Número de medios creados.</p> <p>Meta 4: Documento de la estrategia.</p>

<p>Objetivo 3: Crear y desarrollar acciones comunicativas que incidan en las formas de pensar, sentir y actuar de los miembros de la comunidad universitaria, a favor de la gestión colectiva de lo público y la apropiación social del conocimiento, para fomentar un reconocimiento positivo de la UPN entre la comunidad universitaria y ante la opinión pública.</p>	<p>Meta 1: Evaluar los medios de comunicación existentes con miras a mejorar su eficiencia, calidad y pertinencia.</p> <p>Meta 2: Integrar a los funcionarios y docentes de la UPN en distintos directorios que faciliten la comunicación entre ellos y establezcan diálogos con actores externos.</p>	<p>Meta 1: Una propuesta para la evaluación de los medios de comunicación en la UPN.</p> <p>Meta 2: Consolidación del directorio de especialistas.</p>
<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p>	<p>METAS</p>	<p>INDICADORES DE RESULTADO</p>
	<p>Meta 3: Incentivar el reconocimiento de las formas positivas de habitar la Universidad.</p> <p>Meta4: Generar marcos de referencia para la acción y modos de actuar y de comportarse en el desempeño laboral de los funcionarios de la UPN, incluyendo procesos comunicativos y de atención al usuario.</p> <p>Meta 5: Posicionamiento de la UPN como referente educativo nacional en los medios de comunicación masivos, especializados y alternativos, a partir de la consolidación de relaciones con los periodistas.</p>	<p>Meta 3: Desarrollo de dos acciones comunicativas.</p> <p>Meta4: Documentos y piezas comunicativas de las campañas.</p> <p>Meta 5: Número de impactos en los medios de comunicación</p>

<p>Objetivo 4: Consolidar una visión estratégica de los contenidos institucionales, teniendo en cuenta los valores y objetivos de la Universidad y respondiendo a las necesidades de información de distintos públicos y características de diversos formatos, para comunicar efectiva y oportunamente la oferta académica, cultural, investigativa y de gestión de la UPN.</p>	<p>Meta 1: Identificación de temáticas, investigaciones y proyectos que permitan generar diálogos entre las diferentes unidades académicas, investigativas, culturales y sedes de la UPN, y entre la Universidad y los medios de comunicación.</p> <p>Meta 2: Construcción y apropiación del Manual de estilo GCC UPN.</p> <p>Meta 3: Consolidación de los espacios de información sobre Docencia, Investigación y Proyección social del portal institucional.</p> <p>Meta 4: Edición 1 nuevo número del periódico institucional <i>Magazín Pedagógico</i>, respondiendo a las necesidades comunicativas y campañas en desarrollo.</p> <p>Meta 5: Consolidar la presencia institucional en redes sociales.</p> <p>Meta 6: Conceptualizar y redactar contenidos para comunicados y circulares institucionales.</p> <p>Meta 7: Atender solicitudes y necesidades de edición, corrección y conceptualización de las diferentes unidades académicas y administrativas de la UPN</p>	<p>Meta 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número de temáticas identificadas. - Plegable del 30% cada programa de pregrado y posgrado de la UPN, Portafolio institucional, UPN en cifras, Portafolio de internacionalización. - Número de contenidos publicados en medios institucionales. <p>Meta 2: Manual de estilo.</p> <p>Meta 3: Publicación de 18 artículos en las 3 cajas misionales.</p> <p>Meta 4: 1 edición y número de participantes invitados.</p> <p>Meta 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documento estrategia redes sociales. - Cantidad de publicaciones. - Informes estratégicos monitoreo. - Documento políticas en redes sociales. - Documento estrategia de comunicación buenas prácticas en redes sociales. - 2 nuevas cuentas oficiales en redes sociales. <p>Meta 6: 100% de solicitudes atendidas</p> <p>Meta 7: 100% de solicitudes atendidas</p>
--	--	---

8. ACTIVIDADES E INDICADORES DE PROCESO

9. ACTIVIDADES E INDICADORES DE PROCESO

Comunicaciones

OBJETIVO ESPECÍFICO Deben describirse en el modo infinitivo del verbo, por cuanto indican propósito.	METAS Las metas se formulan en términos de acción y/o productos.	INDICADOR DE PROCESO Resultado esperado de cada objetivo, expresado en términos de variables simples, o complejas	MEDIOS DE VERIFICACIÓN Herramientas con las cuales se puede verificar la obtención del indicador. Supone el reconocimiento previo de fuentes de información para el proyecto, y el registro documental del mismo.	ACTIVIDADES Son las acciones que se ejecutan en secuencia lógica para alcanzar las metas y lograr los objetivos.	PERIODO DE REALIZACIÓN Fecha de iniciación y finalización de cada actividad. No puede superar el año en curso.
Objetivo 1: Posicionar el portal web institucional como referente de apropiación social del conocimiento, logrando que la comunidad universitaria se sienta representada en el mismo, con el fin de difundir la producción académica, investigativa y de extensión de la UPN, estableciendo diálogos con actores externos	Meta 1: Apropiación del portal web del institucional por parte de la comunidad universitaria a través de la descentralización de la administración del mismo, y de los minisitios y micrositios	9 ministios descentralizados	9 minisitios apropiados por su respectiva unidad académica o administrativa	Actividad 1: Consolidar una política digital de administración del portal web institucional	Lunes, 14 de abril de 2014
				Actividad 2: Creación y desarrollo de manuales de administración para la APN, notas comunicantes y boletines electrónicos	Lunes, 14 de abril de 2014
				Actividad 3: Desarrollar un manual para la administración de sitios de la UPN	Viernes, 14 de marzo de 2014
				Actividad 4: Crear un manual de imagen corporativa del portal web institucional	Lunes, 31 de marzo de 2014

				Actividad 5: Diagnóstico de los minisitios de la UPN a nivel de arquitectura de información y desarrollo	Viernes, 31 de octubre de 2014
				Actividad 6: Implementación de ajustes a los minisitios, con base en los diagnósticos	Lunes, 1 de diciembre de 2014
				Actividad 7: Diseñar y ejecutar una estrategia comunicativa para la descentralización y apropiación de los sitios por parte de las unidades académicas y administrativas	Lunes, 14 de abril de 2014
	Meta 2: Crear una aplicación web con los perfiles de los docentes UPN dentro de los sitios de los minisitios de las Facultades	Un aplicativo web para perfiles de los docentes UPN	20% de los docentes de planta de la UPN tiene un perfil en el aplicativo web	Actividad 1: Definir arquitectura de información del aplicativo web	Viernes, 28 de marzo de 2014
				Actividad 2: Crear concepto visual y maquetación del aplicativo web	Lunes, 21 de abril de 2014
				Actividad 3: Diseño, desarrollo e implementación del aplicativo web	Lunes, 26 de mayo de 2014
				Actividad 4: Entrega y socialización con unidades académicas del aplicativo web	Martes, 8 de julio de 2014

				Actividad 5: Diseñar y ejecutar una estrategia comunicativa para dar a conocer la importancia de divulgar los perfiles de los docentes y motivar la apropiación de la aplicación, e informar externamente sobre la existencia del mismo (fuente especializada en Pedagogía y Educación)	Entre el 11 de mayo y el 1 de diciembre de 2014
	Meta 3: Desarrollar los minisitios de Biblioteca, CIUP, Sedes, Valmaría, rectoría y segundo idioma	5 sitios diseñados, programados y descentralizados	5 minisitios apropiados por su respectiva unidad académica o administrativa	Actividad 1: Definir arquitectura de información de los minisitios	Lunes, 1 de diciembre de 2014
				Actividad 2: Crear concepto visual y maquetación de los minisitios	Lunes, 1 de diciembre de 2014
				Actividad 3: Entrega de contenidos a la ORI para traducción a segundo idioma	Lunes, 1 de diciembre de 2014
				Actividad 4: Diseño, desarrollo e implementación de los minisitios	Lunes, 1 de diciembre de 2014
				Actividad 5: Entrega y socialización con unidades académicas y administrativos de los minisitios	Lunes, 1 de diciembre de 2014
	Meta 4: Crear propuesta de arquitectura de información y diseño del Home Portal web institucional	Propuesta Home portal web institucional para ser rediseñado	Aprobación por parte de la dirección de la Universidad	Actividad 1: Diagnóstico estado actual portal web institucional	Viernes, 7 de marzo de 2014
				Actividad 2: Levantamiento mapa del portal web institucional	Martes, 22 de abril de 2014
				Actividad 3: Construcción colectiva de la arquitectura del home institucional	Jueves, 31 de julio de 2014

				Actividad 4: Diseño propuesta visual con base en la arquitectura construida.	Lunes, 15 de septiembre de 2014
	Meta 5: Difusión de la producción de conocimiento de la UPN con base en los lineamientos de identidad corporativa y GEL	Atención del 100% de los requerimientos de difusión por parte de la comunidad universitaria	Resultados evaluaciones de la calidad de la atención prestada a los usuarios	Actividad 1: Diagramación Cajas Misionales	Año 2014
				Actividad 2: Diseño de banners para el Home institucional	
				Actividad 3: Diseño de publicaciones para redes sociales	
				Actividad 4: Diseño de apariencia visual redes sociales	
				Actividad 5: Diseño y maquetación correos de masivos	
				Actividad 6: Diseño y maquetación de Boletines electrónicos	
				Actividad 7: Carga y montaje en la plataforma de los Boletines electrónicos	
				Actividad 8: Diseño formularios	
				Actividad 9: Desarrollo e implementación formularios web	
				Actividad 10: Diseño y desarrollo de micrositiros para eventos	
				Actividad 11: Diseño, desarrollo e implementación micrositiros para eventos	
				Actividad 12: Elaboración de estilos CSS para aplicativos	

				Actividad 13: Actualización de contenidos Portal institucional	
				Actividad 14: Creación imagen eventos institucionales	
				Actividad 15: Diseño piezas comunicativas para eventos institucionales	
				Actividad 16: Adaptación de piezas comunicativas para eventos institucionales de acuerdo a diseños suministrados por otras dependencias o instituciones de acuerdo al manual de identidad corporativa	
				Actividad 17: Sesiones fotográficas y gestión del archivo fotográfico	
				Actividad 18: Diseño de medios de comunicación institucionales	
				Actividad 19: Diseño documentos institucionales estratégicos	
				Actividad 20: Diseño piezas piezas gráficas institucionales	
				Actividad 21: Diseño pautas y avisos en medios de comunicación externos	
				Actividad 22: Diseño piezas comunicativas estrategias y campañas de comunicación	
				Actividad 23: Diseño infografías	

				Actividad 24: Diseño presentaciones en diferentes formatos	
				Actividad 25: Stands	
				Actividad 26: Diseño señalización	
				Actividad 27: Diseño boletines de prensa	
Objetivo 2: Fortalecer la identidad institucional a través de una comunicación visual que transmita los valores misionales en mensajes estratégicos y unificados, para generar sentido de pertenencia en la comunidad universitaria y reconocimiento de los actores externos	Meta 1: Promover el buen uso de la identidad corporativa	Estrategia de comunicación para la difusión de la identidad institucional con soportes	Número de dependencias académicas y administrativas que hacen buen uso de la identidad corporativa	Actividad 1: Diseñar y ejecutar estrategia de comunicación para generar cultura del buen uso de la identidad corporativa en la comunidad universitaria	Viernes, 21 de febrero de 2014
	Meta 2: Crear cultura de uso de cero papel y de austeridad en la UPN	Número de piezas comunicativas conceptualizadas y desarrolladas en formato digital	Cantidad de recursos aprovechados en otras impresiones	Actividad 1: Promover estratégicamente piezas comunicativas en formato digital	Año 2014
				Actividad 2: Fortalecer las piezas comunicativas estratégicas de la Universidad para que sean publicadas en formato digital	Año 2014
				Actividad 3: inclusión dentro del proceso de corrección y diseño del GCC de parámetros que optimicen los recursos	Lunes, 17 de febrero de 2014
Meta 3: Crear medios de comunicación dirigidos a poblaciones con condición de	Número de medios creados	Percepción de la población en condición de discapacidad visual o auditiva	Actividad 1: Creación de cartelera para contenidos en braille	Lunes, 21 de abril de 2014	

	discapacidad			Actividad 2: Crear en las piezas comunicativas estratégicas de la Universidad un espacio específico para la población en condición de discapacidad visual	Viernes, 21 de febrero de 2014
	Meta 4: Crear una estrategia de carteleras	Documento de la estrategia	Percepción de los usuarios sobre efectividad	Actividad 1: Creación de concepto visual	Viernes, 7 de marzo de 2014
				Actividad 2: Creación estrategia de carteleras	
				Actividad 3: Creación estrategia de señalización	Viernes, 1 de agosto de 2014
Objetivo 3: Crear y desarrollar acciones comunicativas que incidan en las formas de pensar, sentir y actuar de los miembros de la comunidad universitaria, a favor de la gestión colectiva de lo público y la apropiación social del conocimiento, para fomentar un reconocimiento positivo de la UPN entre la comunidad universitaria y ante la opinión pública	Meta 1: Evaluar los medios de comunicación existentes con miras a mejorar su eficiencia, calidad y pertinencia	Un documento de análisis de encuestas sobre medios de comunicación en la UPN	Una propuesta para la evaluación de los medios de comunicación en la UPN.	Actividad 1: Establecer metodología de evaluación de cada medio de comunicación de la UPN	Viernes, 14 de febrero de 2014
				Actividad 2: Aplicación de las herramientas diseñadas para la evaluación de medios	Viernes, 7 de marzo de 2014
				Actividad 3: Sistematización y análisis de resultados	Viernes, 14 de marzo de 2014
				Actividad 4: Creación del enfoque estratégico de los medios	Viernes, 28 de marzo de 2014
				Actividad 5: Evaluación de resultados de gestión estratégica de medios	Viernes, 31 de octubre de 2014
	Actividad 6: Redacción segundo informe evaluación medios UPN	Viernes, 14 de noviembre de 2014			
	Meta 2: Integrar a los funcionarios y docentes de la UPN en distintos directorios que	Consolidación del directorio de especialistas	Número de visitas y consultas a los directorios y número de profesores que ingresen sus	Actividad 1: Consolidación y actualización de directorios del portal institucional	Año 2014

	faciliten la comunicación entre ellos y establezcan diálogos con actores externos.		datos en el aplicativo docente	Actividad 2: Divulgación de los directorios entre la comunidad para darlos a conocer	
				Actividad 3: Gestión con medios de comunicación externos para dar a conocer a los especialistas UPN	
	Meta 3: Incentivar el reconocimiento de las formas positivas de habitar la Universidad	Desarrollo de dos acciones comunicativas	Número de participantes en las acciones comunicativas	Actividad1: Campaña para generar sentido de apropiación de la UPN	Primer semestre 2014
				Actividad 4: Promocionar los pactos por la convivencia, como forma de resolución de conflictos en la UPN.	Segundo semestre 2014
	Meta4: Generar marcos de referencia para la acción y modos de actuar y de comportarse en el desempeño laboral de los funcionarios de la UPN, incluyendo procesos comunicativos y de atención al usuario.	Documentos y piezas comunicativas de las campañas	Reducción en las quejas y reclamos por problemas con la atención al usuario	Actividad 1: Crear campañas comunicativas dirigidas a fomentar una cultura de atención al usuario	Año 2014
	Documentos y piezas comunicativas de las campañas		Evaluación de la implementación de los protocolos	Actividad 2: Crear campañas comunicativas dirigidas a difundir protocolos de atención telefónica a ciudadanos	
				Actividad 3: Creación de políticas de buen uso del correo electrónico	
	Meta 5: Posicionamiento de la UPN como referente educativo nacional en los medios de comunicación masivos, especializados y alternativos, a partir de la consolidación de relaciones con los periodistas	Acciones de relacionamiento	Número de impactos en los medios de comunicación	Actividad 1: Crear plan de medios para identificar posibles aliados estratégicos	Miércoles, 19 de febrero de 2014
				Actividad 2: Crear estrategia para estrechar relaciones con periodistas de los diferentes medios	Miércoles, 19 de febrero de 2014

		20 boletines enviados		Actividad 3: Identificar temáticas de impacto ante la opinión pública para difundirlas en los medios de comunicación	Año 2014
		Acercamiento de los especialistas con los medios			
	Meta 6: Consolidar los procesos comunicativos de la UPN a partir del acompañamiento a las dependencias académicas y administrativas que se identifiquen	Acompañar 3 dependencias de la UPN	Evaluación de la gestión realizada de la dependencia	Actividad 1: Creación de estrategias de acuerdo con las necesidades de las dependencias acompañadas	Año 2014
	Meta 7: Medición interna y externa de la percepción general sobre la UPN y su contexto	Número de noticias relacionadas con la UPN	Número de publicaciones positivas de la UPN	Actividad 1: Monitoreo de medios	Año 2014
Número de noticias encontradas relacionadas con la UPN		Número de noticias generadas en situación de crisis	Actividad 2: Monitoreo de medios de crisis		
Número de noticias encontradas relacionadas con educación		Conocimiento sobre la agenda pública	Actividad 3: Monitoreo en agenda pública de educación		
Objetivo 4: Consolidar una visión estratégica de los contenidos institucionales, teniendo en cuenta los valores y objetivos de la Universidad y respondiendo a las necesidades de información de distintos públicos y características de diversos formatos, para comunicar efectiva y oportunamente la oferta académica, cultural, investigativa y de gestión de la UPN	Meta 1: Identificación de temáticas, investigaciones y proyectos que permitan generar diálogos entre las diferentes unidades académicas, investigativas, culturales y sedes de la UPN, y entre la Universidad y los medios de comunicación	Número de temáticas identificadas	Fortalecimiento de la relación con unidades académicas y administrativas	Actividad 1: Estrategia de contacto con las dependencias académicas y administrativas para identificar temas pertinentes para divulgación en medios institucionales y masivos	Año 2014
		Plegable del 30% cada programa de pregrado y posgrado de la UPN, Portafolio institucional, UPN en cifras, Portafolio de internacionalización	Mejora de la divulgación de la oferta institucional en los ámbitos interno y externo	Actividad 2: Gestión, producción y coordinación editorial de piezas comunicativas y documentos estratégicos	

		Número de contenidos publicados en medios institucionales	Valoración de los contenidos publicados	Actividad 3: Redacción de contenidos para medios institucionales con base en el cubrimiento periodístico de los diferentes eventos y quehacer institucional.	Año 2014
	Meta 2: Construcción y apropiación del Manual de estilo GCC UPN	Manual de estilo	Unificación de estilo y pautas de redacción en todos los contenidos del GCC	Actividad 1: Redacción del Manual de Estilo de acuerdo con las características y enfoques comunicativos y de información de la UPN	
	Meta 3: Consolidación de los espacios de información sobre Docencia, Investigación y Proyección social del portal institucional	Publicación de 18 artículos en las 3 cajas misionales	Participantes externos e impacto en redes sociales	Actividad 1: Gestión, producción y edición de contenidos con participantes de unidades académicas	Año 2014
	Meta 4: Edición 1 nuevo número del periódico institucional <i>Magazín Pedagógico</i> , respondiendo a las necesidades comunicativas y campañas en desarrollo	1 edición y número de participantes invitados	Resultado de la evaluación de medios, octubre	Actividad 1: Gestión, producción y edición de contenidos con participantes de unidades académicas	
	Meta 5: Consolidar la presencia institucional en redes sociales	Documento estrategia redes sociales	Retroalimentación publicaciones en redes sociales e incremento de las comunidades virtuales	Actividad 1: Desarrollo de una estrategia de comunicación en redes sociales que integren posicionamiento publicitario	Miércoles, 19 de febrero de 2014
	Documento estrategia redes sociales	Cantidad de publicaciones		Actividad 2: <i>Community management</i> , administración de medios sociales	Año 2014
	Cantidad de publicaciones	Informes estratégicos monitoreo		Actividad 3: Monitoreo de reputación institucional en redes sociales	Año 2014
	Informes estratégicos monitoreo	Documento políticas en redes			

sociales Documento estrategia de comunicación buenas prácticas en redes sociales 2 nuevas cuentas oficiales en redes sociales	Documento políticas en redes sociales		Actividad 4: Elaboración y difusión de políticas institucionales para cuentas institucionales en redes sociales	Lunes, 7 de abril de 2014
	Documento estrategia de comunicación buenas prácticas en redes sociales		Actividad 5: Diseño y ejecución de estrategia de comunicación para fomentar el buen uso de redes sociales entre la comunidad universitaria (cualificación específica a gobierno universitario)	Viernes, 25 de abril de 2014
	2 nuevas cuentas oficiales en redes sociales		Actividad 6: Apertura de perfiles institucionales en 2 nuevas redes sociales, definidas según intereses estratégicos del gobierno universitario	Viernes, 25 de abril de 2014
Meta 6: Conceptualizar y redactar contenidos para comunicados y circulares institucionales	100% de solicitudes atendidas	Efectividad y oportunidad de la información publicada	Actividad 1: Redacción texto	Año 2014
Meta 7: Atender solicitudes y necesidades de edición, corrección y conceptualización de las diferentes unidades académicas y administrativas de la UPN	100% de solicitudes atendidas	Publicación de contenidos de calidad	Actividad 2: Corrección de estilo de piezas comunicativas	
			Actividad 3: Corrección de estilo de documentos	
			Actividad 4: Conceptualización y edición de contenidos para presentaciones institucionales	

10. MODULO DE PROGRAMACION DE RECURSOS

Espacio para cuantificar los recursos humanos, físicos y financieros que se requieren para obtener el objetivo general del proyecto.

10.1 PROGRAMACIÓN DE RECURSO HUMANO

Comunicaciones

PERFIL A VINCULAR	OBJETO DE CONTRATO	TIEMPO DE VINCULACION (En meses)	CANTIDAD	COSTO TOTAL (En pesos)
Arquitecto de información	Asistir al Grupo de Comunicaciones Corporativas en el desarrollo e implementación de estrategias relacionadas con las TIC, y en particular con la arquitectura de información de los medios virtuales.	11 meses	\$2.870.400	\$31.574.400
Diseñador web	Asistir al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la creación y diseño de sitios web, plantillas, recursos digitales y materiales educativos requeridos por el GCC.	11 meses	\$2.527.200	\$27.799.200
Ingeniero programador	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en el desarrollo de plataformas, sistemas y aplicaciones que se requieran para el portal institucional, materiales educativos y demás necesidades institucionales.	10.5 meses	\$2.527.200	\$26.535.600
Gestor de contenidos	Crear estrategias y gestionar contenidos en diferentes formatos para el portal institucional con el fin de atender las necesidades institucionales y cumplir con los lineamientos de Gobierno en Línea.	11 meses	\$2.100.000	23.100.000
Comunicador relacionista público	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la generación de una opinión pública positiva y el fortalecimiento de la imagen de la universidad a través de los distintos géneros periodísticos y formatos digitales, a través de la innovación, fortalecimiento y ejecución de las políticas de divulgación y comunicación externa en los medios de comunicación masivos y alternativos, posicionando la producción de conocimiento de la UPN. Lo anterior también a partir de los contenidos de información y	10.5 meses	\$1.404.000	\$14.742.000

	las opiniones de las redes social, generando una interacción virtual que impulse la comunicación de doble vía.			
Editor de prensa	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la edición de los contenidos generados, con miras a presentarlos de forma correcta, pertinente y con estilos de redacción unificados.	11 meses	\$2.500.000	\$27.500.000
Reportero	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en el cubrimiento de eventos, redacción de contenidos y en actividades técnicas y de logística.	10.5 meses	\$1.144.000	\$12.012.000
Periodista	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la redacción de notas periodísticas sobre los eventos académicos, investigativos, administrativos y culturales que se desarrollan en la UPN.	11 meses	\$1.220.000	\$13.420.000
Ilustrador	Realizar las ilustraciones de la propuesta ganadora para el portal de los niños UPN	1 mes	\$2.200.000	\$2.200.000
Comunicador visual	Concebir y desarrollar proyectos de comunicación visual que respondan a las necesidades del Grupo de Comunicaciones Corporativas de la Universidad.	4.5 meses	\$2.400.000	\$10.800.000
Comunicador estrategia	Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación que fortalezcan la participación, la convivencia, el cuidado de lo público, la gobernabilidad y la atención con el ciudadano en la Universidad Pedagógica Nacional.	4.5 meses	\$2.246.400	\$10.108.800
Revisor de contenidos	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la revisión y adecuación de textos y contenidos que se publican en piezas gráficas y medios de comunicación.	4.5 meses	\$1.404.000	\$6.318.000
Redactor de contenidos	Apoyar al Grupo de Comunicaciones Corporativas en la gestión de contenidos para piezas estratégicas y medios de comunicación de la institución, con base en investigaciones y en el cubrimiento de eventos académicos, investigativos, administrativos y culturales que se desarrollan en la UPN.	4 meses	\$1.404.000	\$5.616.000
			TOTAL RECURSO HUMANO (\$)	\$ 211.726.000

10.2 GASTOS GENERALES

IMPRESOS Y PUBLICACIONES	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
Impresiones litográficas	Contratar el servicio de impresiones de pendones, afiches, publicación rectoral, material publicitario, carpetas, portafolios, plegables, tarjetas de invitación, carteleras, formatos y escarapelas, en diferentes tamaños, papel, tinta y cantidad, según las necesidades de la Universidad Pedagógica Nacional con destino al Grupo de Comunicaciones.		\$34.420.000	Comunicaciones
Impresiones digitales	Contratar la impresión digital de piezas comunicativas institucionales de bajo tiraje y pruebas de impresión según la demanda y necesidades de las áreas académicas y administrativas de la Universidad Pedagógica Nacional, en diferentes tamaños, papel, cantidad y tintas, con destino al Grupo de Comunicaciones Corporativas.		\$16.675.200	Comunicaciones
Impresión piezas gráficas institucionales segundo semestre 2014	Contratar la impresión digital de las piezas comunicativas institucionales para atender los requerimientos del segundo semestre 2014 de las diferentes unidades académicas y administrativas.		\$9.000.000	Comunicaciones
		TOTAL IMPRESOS Y PUBLICACIONES	\$60.095.200	

OTROS GASTOS GENERALES	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
Suscripciones diarios	Suscripciones a los principales medios de comunicación impresos		\$3.720.000	Comunicaciones
		TOTAL OTROS GASTOS GENERALES	\$3.720.000	
		TOTAL GASTOS GENERALES	\$54.815.200	

10.3 VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE

10.4 INGRESOS DE COFINANCIACIÓN Y/U OTROS INGRESOS DEL PROYECTO

RESUMEN DE GASTOS DEL PROYECTO

ITEM	VALOR TOTAL
VALOR TOTAL RECURSOS HUMANOS	\$ 211.726.000
VALOR TOTAL OTROS GASTOS GENERALES	67.396.800
VALOR TOTAL VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$877.200
VALOR TOTAL PROYECTO	\$280.000.000