

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO		FORMATO PLAN DE ACCIÓN Y DE MEJORAMIENTO INSTITUCIONAL										Versión: 03								
		Código: FORADPES										Página: 1 de 1								
		Fecha de Aprobación: 20-11-2017																		
		COMPONENTES GENERALES			FORMULACIÓN PLAN DE ACCIÓN Y DE MEJORAMIENTO							SEGUIMIENTO PLAN DE ACCIÓN Y DE MEJORAMIENTO								
NOMBRE PROCESO	COMPONENTE GESTIÓN	COMPONENTE ESPECÍFICO	SUBCOMPONENTES	PROYECTO PDI DESCRIPCIÓN DEL LOGRO O ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS DEL	META PDI OBLIGACIÓN INSTITUCIONAL	INDICADOR PDI EFECTIVO REALIZADO	ACCIÓN	META O PRODUCTO	INDICADOR	INDICADOR DE REALIZACIÓN	FECHA DE REALIZACIÓN	FECHA DE REALIZACIÓN	RESPONSABLE (s) (s)	RESULTADOS ESPERADOS	OBSERVACIONES	PORCENTAJE DE AVANCE	DESCRIPCIÓN DEL LOGRO	PERIODO DE SEGUIMIENTO	LIMITACIONES QUE AFECTAN EL CUMPLIMIENTO	ESTADO DE LA META
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Crear e implementar una política de difusión y articulación de la misión y visión institucional a través de diversas herramientas, dirigida a todos los miembros de la comunidad universitaria en sus distintos contextos.	Crear e implementar una (1) política de comunicación que fortalezca la difusión y articulación de la misión y visión de la Universidad por parte de los miembros de la comunidad universitaria.	1. Política de comunicación creada y ejecutada		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	La comunidad universitaria y otros actores de interés en conjunto de la misión y visión de la Universidad.	Ninguna	100.0%	Se cumplió e implementó la política y se realizaron acciones publicitarias en los medios masivos.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Crear e implementar una política de comunicación para la difusión de los programas académicos de la Universidad. 2. Consolidar y actualizar la información de los programas académicos de pregrado y posgrado de la Universidad que sustenten la información pertinente.	Crear e implementar una (1) política de comunicación para mejorar la difusión de los programas académicos de la Universidad consolidando y actualizando la información que sobre ella se ofrece a la ciudadanía.	1. Política de comunicación creada y ejecutada		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	La ciudadanía recibe información actualizada de los programas académicos de pregrado y posgrado de la Universidad a través del portal.	Se requiere la colaboración de la Dirección de Admisión y Registro y de las unidades académicas.	100.0%	Se implementaron materiales de difusión actualizados sobre la oferta académica.	I Semestre	Hubo limitaciones presupuestales para alcanzar mayor dominio.	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Gestionar, redactar y publicar los contenidos periodísticos para destacar las investigaciones, proyectos de extensión y prácticas pedagógicas de la Universidad.	Publicar veinticuatro (24) artículos periodísticos en los medios de comunicación institucionales sobre proyectos de investigación, extensión y prácticas pedagógicas de la Universidad con el fin de fortalecer su divulgación y apropiación social.	24 proyectos de investigación, proyección social y prácticas pedagógicas asociadas en TIC.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	La comunidad universitaria y los actores de interés en conjunto reconocen la importancia de los proyectos de investigación, proyección social y prácticas pedagógicas de la Universidad.	Ninguna	100.0%	Se fueron a cabo publicaciones en medios masivos de información acerca de los proyectos de investigación, extensión.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Crear e implementar una política anual de comunicación digital para las redes sociales basadas en TIC.	Crear e implementar una (1) política de comunicación para las redes sociales que permita la difusión de la información y el fortalecimiento de la comunicación de una relación dialogal de la Universidad con sus actores.	1. Política diseñada e implementada.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se cumplió la meta de la política. Se permitió el crecimiento de la interacción en las redes sociales (25% en Facebook) en un año.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Desarrollar acciones digitales de los trabajos institucionales para el público público, prensa y otros actores de interés. 2. Consolidar el registro de las apariciones institucionales en prensa.	1. Gestionar la producción de contenidos y videos (VCR) que permitan la interacción y el fortalecimiento de la comunicación de una relación dialogal de la Universidad con sus actores. 2. Registrar el registro de las apariciones institucionales en prensa.	16 notas analíticas publicadas en medios de comunicación masivos que destacan positivamente los trabajos de la Universidad y consolidan el registro de las apariciones institucionales en prensa.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	La imagen de la Universidad se fortalece y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se realizó la apertura digital por el Grupo de Comunicaciones Corporativas en sus redes sociales. Hay un registro de la información.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Gestionar la información, realizar el contenido periodístico y redactar los contenidos para dar trámite a las solicitudes de divulgación de información de la Universidad en los diferentes medios de comunicación institucionales.	Atender el 100% de las solicitudes de divulgación de información en los diferentes medios de comunicación institucionales.	100% de solicitudes de divulgación atendidas.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se atendió la totalidad de las solicitudes de los diferentes actores y se brindó el servicio de información en los medios masivos.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Establecer las normas APA en diversos medios institucionales.	Publicar las normas APA en diversos medios institucionales.	100% de normas APA en diversos medios institucionales.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se publicaron las normas APA en los diferentes medios de información institucionales.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Divulgar contenidos relacionados con el buen uso de la imagen institucional, promover la cultura del uso de la página virtual del portal web institucional delictiva a este tema. 2. Difundir las estrategias y avances de Gobierno en Línea.	1. Crear y publicar una (1) bitácula electrónica sobre el uso de la imagen institucional y el uso de la página virtual del portal web institucional delictiva a este tema. 2. Difundir las estrategias y avances de Gobierno en Línea.	1 bitácula publicada.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se publicaron los contenidos en los medios masivos de información.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Asesorar a las distintas dependencias de la Universidad en temas de comunicación visual según sus necesidades. 2. Diseñar folletos, folios y impresos. 3. Consolidar y diseñar identidades para procesos institucionales.	Atender el 100% de las solicitudes de diseño de piezas gráficas enviadas por las dependencias de la Universidad para apoyar los procesos y eventos institucionales.	100% de solicitudes atendidas.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se brindó el servicio de diseño de piezas gráficas enviadas por las dependencias de la Universidad para apoyar los procesos y eventos institucionales.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Plan de Desarrollo Institucional	Es 1 Articulación y posicionamiento de compromisos, misionales, doctrina investigativa y proyección social	Programa 7 Aproximación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional	Proyecto 20 Fortalecimiento de las comunicaciones y los recursos educativos	Definir estrategias de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC	N° de estrategias diseñadas e implementadas por año (1)	1. Crear un presupuesto de política para promover el uso de medios gráficos digitales. 2. Responder a la comunidad universitaria a utilizar piezas gráficas digitales para la difusión de la información y actividades.	Crear una (1) política para promover el uso de medios gráficos digitales en la comunidad universitaria para la difusión de la información y actividades.	1. Política creada.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	La comunidad universitaria utiliza medios gráficos digitales para la difusión de su información.	Ninguna	100.0%	Se cumplió la meta de la política y se fortaleció la comunicación.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Otros Elementos de Gestión	Plan Acción GEL	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	1. Aprobación y socialización la política de actualización y administración del portal web institucional.	Publicar un (1) documento de política de actualización y administración del portal web institucional.			16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se aprobó el documento de la política y se publicó.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Otros Elementos de Gestión	Plan Acción GEL	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	1. Definir el punto visual y de navegación en los subdominios institucionales y elaborar los mapas de sitio de los subdominios institucionales. 2. Dar apoyo consultivo a los procesos de elección y designación institucionales. 3. Promocionar el boletín de suscripción (Notas Comunicativas, Magacén Pedagógico, boletines institucionales).	1. Crear un (1) documento de diagnóstico de los estados de los subdominios y elaborar el requerimiento, sobre el mapa de sitio de los subdominios institucionales, una (1) base de datos de los nuevos suscriptores y enviar el 100% de las solicitudes de actualización de acciones y designaciones con el fin de cumplir con el mapa de sitio web institucional. 2. Promocionar el boletín de suscripción (Notas Comunicativas, Magacén Pedagógico, boletines institucionales) a través de la red social de Facebook, WhatsApp, correo electrónico y otras plataformas. 3. Promocionar el boletín de suscripción (Notas Comunicativas, Magacén Pedagógico, boletines institucionales) a través de la red social de Facebook, WhatsApp, correo electrónico y otras plataformas.	1. Documento de diagnóstico de los estados de los subdominios y elaboración del requerimiento. 2. Base de datos de los nuevos suscriptores. 3. Promocionar el boletín de suscripción (Notas Comunicativas, Magacén Pedagógico, boletines institucionales) a través de la red social de Facebook, WhatsApp, correo electrónico y otras plataformas.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se cumplió la totalidad de los subdominios en línea.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Otros Elementos de Gestión	Plan Acción GEL	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	1. Definir políticas de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC.	Definir políticas de comunicación que fortalezcan el empleo de los recursos educativos en los procesos pedagógicos de la Universidad y articulen el mensaje institucional con las redes sociales basadas en TIC.			16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se cumplió la totalidad de las actividades establecidas en la meta.	I Semestre	Ninguna	Finalizada
Pensación Estratégica	Otros Elementos de Gestión	Plan Acción GEL	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	1. Descentralizar la administración de los contenidos institucionales. 2. Atender la totalidad de las solicitudes de actualización y administración del portal web institucional. 3. Promover el fortalecimiento de seguridad de los contenidos digitales institucionales.	Desarrollar tres (3) subdominios institucionales, crear una (1) estrategia de descentralización de administración de contenidos, atender el 100% de las solicitudes de actualización y administración del portal web institucional de la comunidad universitaria mediante el uso de herramientas de gestión de los contenidos académicos y administrativos.	3 subdominios institucionales desarrollados. 1. Estrategia de descentralización de administración de contenidos. 2. Atender el 100% de las solicitudes de actualización y administración del portal web institucional de la comunidad universitaria mediante el uso de herramientas de gestión de los contenidos académicos y administrativos.		16/01/2017	15/12/2017	Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas	Se fortalece la comunicación y se promueve la interacción y el diálogo.	Ninguna	100.0%	Se cumplió la totalidad de las actividades establecidas en la meta.	I Semestre	Ninguna	Finalizada

