

| Nombre del proceso del SIG-UPN | PDI                   |                             |  |   |  | PLAN DE ACCIÓN VIGENCIA 2017  |  |                  |   |  |                                   |                 |  |  |               | LINEA DE TIEMPO A 2019         |                                |                                |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------------|--|---|--|---|--|------------------|---|--|-----------------------------------|-----------------|--|--|---------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
|                                | Componente de Gestión | Componente específico       | Programa PDI/Otros   | PROYECTO PDI  | Meta PDI   | META  | ACTIVIDADES (Máximo tres por meta)   | Valor porcentual | Indicador de resultado  | Efecto o impacto esperado  | Fecha de realización de la acción |                 | Cargo/ Responsable y ejecutores  | Producto/Evidencia   | Observaciones | Valor porcentual Vigencia 2016 | Valor porcentual Vigencia 2018 | Valor porcentual Vigencia 2019 |
|                                |                       |                             |  |   |  |   |  |                  |   |  | INICIO                            | FIN             |  |  |               |                                |                                |                                |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | Crear e implementar una (1) táctica de comunicación para las redes sociales que permita consolidar la presencia institucional en este ámbito, así como innovar en las relaciones comunicativas de la Universidad con sus públicos de interés.   | Diseñar e implementar una táctica anual de comunicación digital para las redes sociales institucionales.   | 25%              | 1 táctica diseñada e implementada   | Las redes sociales institucionales se constituyen en medios de información y comunicación institucional, lo que contribuye a la consolidación de una relación dialógica de la Universidad con sus públicos de interés.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de táctica de comunicación   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | Gestionar la publicación de cincuenta y seis (56) notas anuales en medios de comunicación masivos que destaquen positivamente las labores de la Universidad y consolidar un (1) registro de las apariciones institucionales en prensa.  | Desarrollar acciones divulgativas de las labores institucionales ante la opinión pública, prensa y otros públicos de interés.<br>Consolidar un (1) registro de las apariciones institucionales en prensa.  | 25%              | 56 notas anuales publicadas en medios de comunicación masivos<br>1 registro de las apariciones institucionales en prensa  | La imagen de la Universidad ante la opinión pública como institución nacional de educación superior experta en educación y pedagogía se fortalece, así como sus nexos e interacciones con públicos de interés estratégicos. Del mismo modo, el constante monitoreo de medios hace posible conocer la información que los medios de comunicación transmiten sobre la institución. | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Registro de las apariciones institucionales en prensa  | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | Atender el 100% de las solicitudes de divulgación de información enviadas por las dependencias académicas y administrativas de la Universidad en los diferentes medios de comunicación institucionales.   | Gestionar la información, realizar el cubrimiento periodístico y redactar los contenidos para dar trámite a las solicitudes de divulgación de información de las unidades académicas y administrativas de la Universidad.  | 25%              | Número de solicitudes de divulgación atendidas  | La comunidad universitaria publica información de manera eficiente y oportuna en los medios de comunicación institucionales gracias a la gestión del Grupo de Comunicaciones Corporativas.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Registro del tráfico de contenidos en los medios de comunicación institucionales   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | Publicar las normas APA en diversos medios institucionales  | Establecer las normas APA como base para la regulación de los documentos universitarios  | 25%              | Número de publicaciones de las normas APA sobre número de medios disponibles  | Los contenidos institucionales se ajustan a las normas básicas de gramática y metodología documental consolidadas en las normas APA  | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documentos corregidos  | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | Crear y publicar seis (6) boletines electrónicos sobre cuidado de la imagen institucional y los avances de la institución en la implementación de los lineamientos establecidos por el Gobierno en línea con el objetivo de socializar ciertos temas  | 1. Divulgar contenidos relacionados con el buen uso de la imagen institucional, promover la consulta y el uso de la página interna del portal web institucional dedicada a este tema<br>2. Difundir las estrategias y avances de Gobierno en Línea                                 | 100%             | 6 boletines publicados  | La comunidad universitaria se concientiza sobre la importancia del buen uso de la imagen institucional.<br>Generar conciencia entre los miembros de la comunidad universitaria   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Contenidos para boletines digitales<br>Boletines enviados  | Ninguna       | N/A                            | N/A                            | N/A                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria y liderar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.                    | 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.   | 1. Asesorar a las distintas dependencias de la Universidad en temas de comunicación visual según sus necesidades.<br>2. Diseñar piezas digitales e impresas.<br>3. Conceptualizar y diseñar identidades para procesos institucionales.   | 25%              | Porcentaje de solicitudes atendidas   | Algunas piezas gráficas institucionales se actualizan manteniendo la pauta visual ya consolidada; se brinda asesoría a las dependencias de la Universidad para que cooperen con esta labor.  | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Registro de los requerimientos recibidos y tramitados<br>Piezas gráficas creadas<br>Documento con el consolidado de solicitudes, cantidad y tipo de piezas diseñadas   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento_y_comunicación_institucional | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | Crear una (1) táctica para promover el uso de medios gráficos digitales entre la comunidad universitaria para la difusión de la información.  | 1. Crear una propuesta de política para promover el uso de medios gráficos digitales.<br>2. Incentivar a la comunidad universitaria a utilizar piezas gráficas digitales para la difusión de información y actividades.  | 50%              | 1 táctica creada  | La comunidad universitaria utiliza medios gráficos digitales para la difusión de sus eventos.<br>Los medios impresos en muchos casos se reemplazan por medios digitales.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de la táctica<br>Piezas digitales diseñadas  | Ninguna       | N/A                            | 50%                            | N/A                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento                              | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | (Gobierno en Línea) Publicar un (1) documento de política de actualización y administración del portal web institucional.   | Aprobación y socialización la política de actualización y administración del portal web institucional.   | 25%              | 1 documento de política de actualización y administración del portal web institucional publicado  | Los actores conocen y cumplen la política de actualización y administración del portal web institucional.  | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de la política de actualización y administración del portal web institucional publicada en el portal   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje1_Compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento                              | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | (Gobierno en Línea) Crear un (1) documento de diagnóstico de los estados de los subdominios y atención de requerimientos, ocho (8) mapas de sitio de subdominios institucionales, una (1) base de datos de los nuevos suscriptores y atender el 100% de las solicitudes de los procesos de elecciones y designaciones con el fin de cumplir con los estándares del sitio web exigidos en el manual de la estrategia 3.1 (dominio, escudo de Colombia, imagen institucional, actualización, mapa del sitio, navegación, motor de búsqueda, atención al ciudadano, participación ciudadana y estrategia estandarización gubernamental). | Consolidar la pauta visual y de navegación en los subdominios institucionales.<br>Dar apoyo comunicativo a los procesos de elecciones y designaciones institucionales.<br>Promocionar el botón de suscripción (Notas Comunicantes, Magazín pedagógico, boletines institucionales). | 25%              | 1 documento de diagnóstico de los estados de los subdominios y atención de requerimientos<br>8 mapas de sitio de subdominios institucionales<br>Número de solicitudes atendidas de los procesos de elección y designación<br>1 base de datos de los nuevos suscriptores | Los actores reconocen una identidad en el portal web institucional, lo que permite la consulta de los contenidos institucionales con mayor facilidad.<br>Los procesos de elecciones y designaciones cuentan con mecanismos de transparencia.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento con los desarrollos efectuados en la consolidación de la pauta visual y de navegación de los subdominios institucionales.<br>Estadísticas de consulta de los subdominios institucionales.<br>Documento de atención de las solicitudes de los procesos de elecciones y designaciones.<br>Documento con la información de los nuevos suscriptores. | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |

| Nombre del proceso del SIG-UPN | PDI                   |                              |  |   |  | PLAN DE ACCIÓN VIGENCIA 2017   |  |                  |   |  |                                   |                 |  |   |               | LINEA DE TIEMPO A 2019         |                                |                                |
|--------------------------------|-----------------------|------------------------------|--|---|--|--|--|------------------|---|--|-----------------------------------|-----------------|--|---|---------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
|                                | Componente de Gestión | Componente específico        | Programa PDI/Otros                           | PROYECTO PDI  | Meta PDI   | META   | ACTIVIDADES (Máximo tres por meta)   | Valor porcentual | Indicador de resultado  | Efecto o impacto esperado  | Fecha de realización de la acción |                 | Cargo/ Responsable y ejecutores  | Producto/Evidencia  | Observaciones | Valor porcentual Vigencia 2016 | Valor porcentual Vigencia 2018 | Valor porcentual Vigencia 2019 |
|                                |                       |                              |  |   |  |  |  |                  |   |  | INICIO                            | FIN             |  |   |               |                                |                                |                                |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje_1_compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento          | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | (Gobierno en Línea) Crear y publicar tres (3) boletines con las temáticas de la estrategia Gobierno en Línea (GEL) y atender el 100% de las solicitudes de actualización de estos contenidos con el fin de informar y promocionar entre la comunidad universitaria:<br>- Los espacios de participación<br>- La oferta de información disponible en el sitio web<br>- Los conjuntos de datos abiertos disponibles   | Creación de canales permanentes de difusión de los avances de la estrategia GEL.   | 25%              | 3 boletines publicados con estrategia GEL y atención del 100% de solicitudes de actualización   | Los actores conocen los avances institucionales con respecto a la estrategia GEL.  | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de atención de las solicitudes de actualización con las temáticas GEL.<br>Publicaciones   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje_1_compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento          | Proyecto_3_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | 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 institucional y actualizar el 100% de las contraseñas de los diferentes subdominios con el objetivo de mejorar la percepción de cumplimiento de la misión y visión de la institución a través de la gestión de las unidades académicas y administrativas. | 1. Descentralizar la administración de los contenidos institucionales.<br>2. Atender la totalidad de las solicitudes de actualización y administración del portal web institucional.<br>3. Fomentar los lineamientos de seguridad de los contenidos digitales institucionales.   | 25%              | 3 subdominios institucionales desarrollados<br>1 estrategia de descentralización de administración de contenidos<br>Número de solicitudes de actualización y administración del portal institucional de la comunidad universitaria atendidas<br>Número de contraseñas de los diferentes subdominios cambiadas | Los actores reconocen la misión y visión institucionales a través de los contenidos publicados en el portal web institucional.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de atención de solicitudes de la comunidad universitaria (actualización y administración)<br>Documento con los cambios de contraseña de los diferentes subdominios<br>Documento de los responsables de la descentralización de administración de contenidos (subdominio, unidad académica o administrativa) (supervisor y publicador de contenidos) | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje_1_compromisos_misionales | Horizonte_para_la_acreditación_institucional | Proyecto_1_Fortalecimiento_de_la_autoevaluación_para_la_acreditación      | Formalizar las funciones de autoevaluación y acreditación institucional y de los programas curriculares en la estructura orgánica y los procesos de la Universidad.  | (Gobierno en Línea) Gestionar con el Departamento de Lenguas la traducción de ochenta (80) cuartillas de los contenidos de primer y segundo nivel de las unidades académicas y administrativas.  | 1. Gestionar la traducción de contenidos del portal web institucional.<br>2. Publicar los contenidos traducidos.<br>3. Promocionar los contenidos en segunda lengua en los subdominios institucionales.  | 25%              | Número de cuartillas traducidas y publicadas en el portal web institucional   | Los contenidos institucionales tanto académicos como administrativos son consultados por la comunidad internacional.   | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento de los contenidos traducidos a la segunda lengua (inglés) y publicados en el portal web institucional   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje_1_compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento          | Proyecto_2_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Fortalecer y dinamizar los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria mediante y atender los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales.           | Crear un (1) documento que recopile la existencia de grupos y organizaciones estudiantiles en la Universidad con el fin de visibilizarlos.   | Recopilar la información relacionada con la existencia de grupos y organizaciones estudiantiles.   | 25%              | 1 documento en el que se relacionen el número de entidades, agremiaciones y nuevos grupos   | La comunidad universitaria reconoce los diferentes grupos y organizaciones estudiantiles en el ámbito institucional, así como los canales de comunicación puestos a su disposición.  | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Base de datos directorio de redes<br>Base de datos perfil de actor<br>Base de datos subdominios de facultad   | Ninguna       | 25%                            | 25%                            | 25%                            |
| Otras acciones                 | PDI_2014_2019         | Eje_1_compromisos_misionales | Apropiación_social_del_conocimiento          | Proyecto_2_Fortalecimiento_de_las_comunicaciones_y_los_reursos_educativos | Diseñar 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. | (Gobierno en Línea) Diseñar una (1) estrategia de expectativa y publicación del nuevo home del portal web institucional.   | 1. Desarrollar la prueba de concepto (interfaz, navegación, contenidos) con diferentes actores del portal web institucional.<br>2. Crear video tutoriales para la enseñanza del manejo de las interfaces de perfiles de usuario, agenda y noticias UPN.<br>3. Crear un canal directo de reportes de actualización de contenidos, enlaces rotos e información de interés. | 100%             | 1 documento de estrategia de expectativa y publicación del nuevo home publicado   | Los actores del portal web institucional conocen las mejoras efectuadas en el nuevo home y consultan con mayor facilidad los contenidos de interés mediante una capacitación en el manejo de la interfaz por medio de los filtros de búsqueda. | 16 de Enero                       | 15 de Diciembre | Profesional especializado y equipo de trabajo del Grupo de Comunicaciones Corporativas | Documento con los resultados de la prueba de concepto<br>Estadísticas de consulta de los video tutoriales<br>Estadísticas de los reportes generados por los diferentes actores  | Ninguna       | N/A                            | N/A                            | N/A                            |