

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	1 de 8

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

- 1. OBJETIVOS MANUAL DE COMUNICACIONES UNIPAMPLONA**
- 2. MISIÓN OFICINA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA.**
- 3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN**
  - a. Regulación de las comunicaciones
  - b. Fortalecimientos de los medios de comunicación
  - c. Soluciones
  - d. Fomentar la participación Universitaria
  - e. Monitoreo
- 4. LINEAMIENTOS**
- 5. GRUPOS DE INTERÉS**
- 6. DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**
  - a. Carteleras
  - b. Correo electrónico institucional
  - c. Circulares
  - d. Memorando
- 7. DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA**
  - a. Página web
  - b. Manejo de la información
  - c. Redes sociales institucionales
  - d. Emisoras institucionales
  - e. Revista la lupa
  - f. Vídeos institucionales
  - g. Condolencias
- 8. RECURSOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**
  - a. Escudo
  - b. Logos
  - c. Slogan
  - d. Hoja de membrete
  - e. Plantilla de power point
- 9. HISTORIA DE MODIFICACIONES**

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	2 de 8

## **INTRODUCCIÓN**

La Universidad de Pamplona se ha venido fortaleciendo en cada uno de los procesos de comunicación institucional, los cuales hacen un seguimiento de pautas y conceptos que definen los métodos a tener en cuenta a la hora de utilizar las herramientas de comunicación acordes a la misión, visión y principios del Alma Mater.

Con este manual se busca que estudiantes, docentes, administrativos y directivos sigan cada una de las recomendaciones que se refieren en este documento, al momento de mantener el uso correcto del manejo de la comunicación y la información en la Universidad de Pamplona dentro de la oficina de Comunicación y prensa.

### **1. OBJETIVOS MANUAL DE COMUNICACIONES UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

- Mejorar la comunicación interna de la Universidad de Pamplona, para así optimizar cada uno de los procesos establecidos dentro de las diferentes dependencias.
- Dar a conocer los lineamientos del correcto uso de la comunicación institucional.
- Reglamentar los usos de las herramientas de comunicación existentes en la Universidad de Pamplona.
- Blindar y administrar correctamente la imagen institucional.
- Adoptar este manual como una guía de carácter obligatorio, el cual garantice el buen manejo de las herramientas de comunicación

**Este Manual de Comunicaciones se rige bajo las políticas a cargo de la oficina de Comunicación y Prensa de la Unipamplona**

### **2. MISIÓN OFICINA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA DE LA UNIPAMPLONA**

Somos una dependencia encargada de difundir las comunicaciones y el acontecer institucional, que promueve, gestiona y fomenta la imagen corporativa de la Universidad de Pamplona a nivel interno y externo, impulsando con ello su gestión e importancia a nivel Local, Departamental, Nacional e internacional.

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	3 de 8

### 3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

La Oficina de Comunicación y Prensa en su papel de ente regulador de las comunicaciones y promotor de la identidad y la imagen corporativa de la Universidad de Pamplona tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- a. **Regulación de las comunicaciones:** Toda información que se presente en la institución y que amerite ser difundida por los diferentes medios oficiales, deberá ser revisada y autorizada por la Oficina de Comunicación y Prensa de la Universidad de Pamplona.
- b. **Fortalecimiento de los medios de comunicación:** Reconocimiento de la importancia y la función de los canales y medios de información y comunicación, como promotores de la democracia en la institución.
- c. **Soluciones:** Para atender y dar trámite a las solicitudes realizadas a la Oficina de Comunicación y Prensa, estas deben estar avaladas por los directores de las dependencias, facultades y direcciones de programas.
- d. **Fomentar la participación universitaria:** A través de nuestra actividad de difusión de las comunicaciones, impulsamos la participación en las distintas actividades que se gestan al interior de la Universidad Identidad corporativa: mediante nuestra actividad promovemos, generamos y fortalecemos el sentido de pertenencia hacia la Universidad de Pamplona.
- e. **Monitoreo:** Realizamos un seguimiento constante de los hechos que son noticia en nuestra institución y que se publican en los diferentes medios locales, regionales y nacionales.

### 4. LINEAMIENTOS

1. La oficina de Comunicación y Prensa es la dependencia encargada de difundir y divulgar en los diferentes medios institucionales, cada uno de los procesos de información internos y externos, y de mantener el buen nombre de la institución.
2. La oficina de Comunicación y Prensa es la responsable de velar por el debido cumplimiento de los lineamientos definidos para el proceso de comunicación.

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	4 de 8

3. Desde la oficina de Comunicación y Prensa se validarán las fotografías, videos, noticias e información de interés, remitidas por las distintas dependencias de la Unipamplona.
4. La información dada a conocer a toda la comunidad debe estar acorde a la misión, visión, políticas y objetivos de la Universidad de Pamplona y al plan de gestión del rector (a).
5. El contenido institucional debe contar con lo consagrado en el Manual de Identidad Institucional con relación al uso correcto del logo, slogan, colores, tipo y tamaño de letra institucional, entre otros.
6. Este manual de comunicaciones se socializará a la comunidad universitaria, a través de la oficina de Comunicación y Prensa.
7. Los manuales, portafolios y demás que genere cada facultad o dependencia, debe contar con el aval de la oficina de Comunicación y Prensa.
8. La creación de subportales deben contar con el aval previo de la Oficina de Comunicación y Prensa.
9. La creación de redes sociales institucionales deben contar con el aval previo de la oficina de Comunicación y Prensa, y los contenidos se deben ajustar al Manual de Identidad de la Unipamplona, así como éstos no deben atentar contra la buena imagen de la institución

## 5. GRUPOS DE INTERÉS

- Estudiantes
- Docentes
- Personal administrativo
- Egresados
- Ministerio de Educación Nacional
- Instituciones de Educación Superior
- Organizaciones no gubernamentales
- Instituciones de Educación Superior
- Gobierno Nacional, departamental y local
- Consejo Nacional de Educación Superior
- Sistema Universitario Estatal

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	5 de 8

- Comunidad en general, entre otros.

## 6. DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Esta se da a conocer por medio de:

- Carteleras informativas:** esta herramienta permite divulgar información de interés masivo para los estudiantes y docentes, en su mayoría son manejadas por las diferentes facultades y programas académicos.
- Correo electrónico institucional:** A través del dominio de la Universidad de Pamplona, y con la base de datos conformada por directivas, estudiantes, docentes y administrativos se da a conocer la información necesaria, como memorandos, invitaciones, citaciones, anuncios, circulares, eventos, entre otros.
- Circulares:** Comunicación interna o externa de carácter general o normativo con el mismo texto o contenido, dirigida a varios destinatarios.
- Memorandos:** Comunicación escrita de carácter interno de una empresa, que se utiliza para transmitir información, orientaciones y pautas de las dependencias locales, regionales, nacionales e internacionales. El memorando no se dirige a un grupo, es personalizado.

## 7. DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

Esta se da a conocer por medio de:

- Página web:** [www.unipamplona.edu.co](http://www.unipamplona.edu.co)  
En ella se centralizan en gran proporción las comunicaciones y el acontecer institucional, pues corresponde a la fuente oficial en la web, autorizada para informar como canal directo con usuarios en todo el mundo.

La página web es un portal principalmente para el público externo en donde se visibilizan los logros y avances de la Unipamplona a través de notas de prensa (índex), así como también información de interés para los estudiantes y docentes (Más noticias, está pasando, banners).

- Manejo de la Información:** la Universidad de Pamplona es la única propietaria de toda la información, datos, contenidos, bases de datos, diseños, códigos fuente, estructuras de navegación, imagen institucional y demás servicios y productos publicados en el portal, por lo que está prohibido la reproducción de lo mencionado, salvo que tenga el debido permiso para la utilización de estos.

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	6 de 8

c. **Redes sociales institucionales:**

Twitter – @unipamplona <https://twitter.com/Unipamplona>

YouTube – Videos unipamplona <https://www.youtube.com/user/videosunipamplona>

Facebook – Universidad de Pamplona – Colombia  
<https://www.facebook.com/unipamplona>

Instagram – @unipamplona <https://www.instagram.com/unipamplona>

Hacen parte de las redes sociales empleadas por la Unipamplona para divulgar información relacionada con el quehacer de nuestra Alma Máter, en especial, los contenidos se dirigen a la población estudiantil.

d. **Emisoras institucionales:** Están al servicio de la comunidad académica, pero también direccionadas a la población en general de la provincia de Pamplona (Radio Universidad de Pamplona), y de Cúcuta (San José de Cúcuta).

e. **Revista La Lupa:** es una revista digital que en cada edición resalta los diferentes ámbitos de la Unipamplona: academia, investigación e interacción social.

f. **Videos institucionales:** deben incluir siempre el logo de la Unipamplona, prevalecer la buena producción del mismo y velar por la buena imagen de la comunidad académica y de la institución. El ideal es que el tema abordado sea atemporal o en su defecto, sea actual. Los créditos deben incluirse sin errores ortográficos, no con mayúscula sostenida. Las imágenes y la música se pueden emplear de una plataforma gratuita de descargas para no atentar contra los derechos de autor.

g. **Condolencias:** Estas se publican en redes sociales, en la página (banner no en el índice) y podrían enviarse a través del correo institucional masivo denominado Anuncios. Cuando se trate del fallecimiento del rector (a), directivo, docente o administrativo; la pieza gráfica llevará la fotografía de la persona que murió. También se publicará como nota de prensa en la página web (índice), su vida y obra.

No se permiten varias publicaciones con las condolencias que deriven de diversas dependencias, éstas se podrán difundir en los medios que cada una de estas dependencias u oficinas tengan (plataformas virtuales), más no los medios institucionales de la Unipamplona. Salvo casos que el fallecido sea el rector (a), que

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	7 de 8

además incluirá una cinta negra en la parte superior del portal web de la Universidad de Pamplona

## 8. RECURSOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Los diferentes recursos permiten la identificación visual en la respectiva imagen institucional

- a. **Escudo:** Es la representación de la identidad e imagen institucional de la Universidad de Pamplona, en donde se combina la parte gráfica (logo) y tipográfica (nombre). La reducción está limitada para no desvirtuar sus características de identidad.
- b. **Logos:** Los logos y slogan que se creen para las dependencias y oficinas de la Unipamplona, así como para las vicerrektorías, facultades y los programas de pregrado y posgrado, no deben estar variando (cambiando) en corto tiempo dado que no permiten que éstos se posicionen en el público objetivo. Dichos elementos visuales deben ajustarse a los colores institucionales.

Cada pieza gráfica, sonora o audiovisual que produzcan en las oficinas, dependencias, facultades, vicerrektorías o programas de pregrado y posgrado de la Unipamplona, además de sus propios logos y slogan, siempre deben llevar el escudo y eslogan vigente de esta casa de estudios.

Con relación a las plataformas virtuales que las dependencias, oficinas, vicerrektorías, facultades y programas de pregrado y posgrado creen, siempre deben incluir en su denominación (nombre), la Universidad de Pamplona. Ejemplo: Facultad de Salud Universidad de Pamplona.

- c. **Slogan:** lema o frase publicitaria con el que se identificar la Universidad de Pamplona, según cada periodo del rector (a).
- d. **Hoja membrete:** Viene impresa con el logo oficial de la Universidad de Pamplona, es utilizada como formato de papelería en un documento que recoge los elementos gráficos institucionales, la cual sirve para identificar la autenticidad de los documentos.
- e. **Plantilla de Power Point:** se presenta para ser tenida en cuenta en exposiciones, conferencias, ponencias, seminarios, diplomados, inclusive en las mismas clases que imparten los docentes y personal administrativo de la Universidad de Pamplona.

	<b>Manual de Comunicaciones Universidad de Pamplona</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-01 v.00
		<b>Página</b>	8 de 8

**Todo lo relacionado a la imagen institucional, se reglamenta a través de los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual de la Universidad de Pamplona.**

Ante cualquier duda la oficina de Comunicación y Prensa, resolverá sus inquietudes.

[ofiprensa@unipamplona.edu.co](mailto:ofiprensa@unipamplona.edu.co)

Teléfono (7) 5685303 Ext 167 - 169

Km1 vía Bucaramanga, ciudad universitaria

Pamplona, Norte de Santander. Colombia

## 9. HISTORIA DE MODIFICACIONES

<b>Versión</b>	<b>Naturaleza del Cambio</b>	<b>Fecha de Aprobación</b>	<b>Fecha de Validación</b>