

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	1 de 13

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

- 1. OBJETIVO MANUAL DE COMUNICACIÓN DIGITAL UNIPAMPLONA**
- 2. PLATAFORMAS VIRTUALES**

**2.1 Página Web: [www.unipamplona.edu.co](http://www.unipamplona.edu.co)**

- a. Sección 1**
- b. Sección 2**
- c. Sección 3**
- d. Sección 4**
- e. Sección 5**

**2.2 Facebook Unipamplona : Universidad de Pamplona- Colombia**

- a. Lineamientos de contenidos y publicaciones Facebook Unipamplona**
- b. Ejes temáticos de contenido**
- c. Lineamientos de contenidos y publicaciones Facebook de otras dependencias de la Unipamplona**

**2.3 TWITTER Unipamplona: @Unipamplona**

**2.4 Instagram Unipamplona: Unipamplona**

- a. Lineamientos Instagram Unipamplona**

**2.5 YouTube Unipamplona: Vídeos Unipamplona**

- 3. HISTORIA DE MODIFICACIONES**

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	2 de 13

## INTRODUCCIÓN

El Manual de Comunicación Digital es una guía en donde se recopila la normativa con relación a la generación y actualización de contenidos, así como al uso de las diversas plataformas virtuales con las que cuenta la Universidad de Pamplona.

### **Página web:**

[www.unipamplona.edu.co](http://www.unipamplona.edu.co)

### **Redes sociales:**

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

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

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

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

## 1. OBJETIVO MANUAL DE COMUNICACIÓN DIGITAL UNIPAMPLONA

Conocer la normativa en la generación y actualización de contenidos

Dar a conocer el uso correcto de las diversas plataformas virtuales que tiene la Universidad de Pamplona

## 2. PLATAFORMAS VIRTUALES UNIPAMPLONA

Las plataformas virtuales o digitales son espacios o programas que permiten el desarrollo de diversos programas o diseños en la red para fortalecer los procesos comunicativos y satisfacer distintas necesidades.

### 2.1 PÁGINA WEB

El portal web [www.unipamplona.edu.co](http://www.unipamplona.edu.co) es la página oficial de la Universidad de Pamplona, 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.

En la página web se difunde información de relevancia, no avisos. Es la principal “vitrina” de la institución en donde se visibilizan los temas más importantes del quehacer universitario. Está dirigida a toda la comunidad académica. El portal está compuesto por varios links y elementos, cada uno de ellos tiene una razón de ser.

Los contenidos que se encuentran en la página se clasifican en:

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	3 de 13

**a. Sección 1:**

Medidas:

Fotografía 1800 x 1200 píxeles.

Visualización 560 x 1800 píxeles.



**Índex:** Panel de notas de prensa, comunicados a la opinión pública o comunicados de prensa que contiene la información relacionada con las actividades de tipo institucional, con el objetivo de difundir y publicar el acontecer de la Universidad en todos sus ámbitos. No se difunden avisos, ni condolencias

**Aspirantes:** En este hipervínculo se encontrarán todo lo relacionado con oferta académica, inscripciones, costos de matrícula, descuentos, financiación y becas, siendo uno de los más visitados por los estudiantes e interesados en hacer parte de la familia Unipamplona.

**Universidad:** Se encuentra reseña histórica, misión, visión, normatividad, directorio administrativo, campus y educación a distancia CREAD.

**Rectoría:** Se da a conocer gestión, compromiso institucional, resoluciones y SPEI (herramienta tecnológica apoyada en Balanced Scorecard, que permite a los usuarios planear, organizar, ejecutar y controlar los procesos relacionados con la Gestión Administrativa de una institución).

**Organismos:** Comprende todo lo relacionado con el Consejo Superior, allí se da a conocer como está constituido, normativa por las cuales se rige, acuerdos y actas, así como también todo lo concerniente con el Consejo Académico.

**Dependencias:** Se encuentran las siete Facultades, vicerrectorías y oficinas administrativas.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	4 de 13

**SIG:** El Sistema Integrado de Gestión trabaja por el acompañamiento, control y seguimiento a cada uno de los procesos con los que cuenta la Universidad de Pamplona, es por ello que, desde el hipervínculo de la página, se da continuidad al portal de esta dependencia.

**Oficina de Atención al Ciudadano y Transparencia:** Dando cumplimiento con lo establecido en el artículo 73 de la Ley 1474 de 2011 y con el objetivo de brindar transparencia y eficiencia en cada uno de los procesos llevados, la Universidad pone al servicio de la comunidad esta dependencia con los diferentes canales de atención.

## b. Sección 2

Fotografía 100 x 70 píxeles.

### Más noticias



2019 Más retos y metas cumplidas



Consulte las Tecno Notas de nuestra UETIC



Accreditación Institucional: Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!

### Está pasando



Inscripciones programas de Posgrados 2020 - II hasta el 17 de SEP



Unipamplona, impulso a la ciencia, por Revista Semana



Unipamplona da lecciones de liderazgo en medio de la emergencia - RevistaSemana



En video Audiencia Pública de Rendición de Cuentas vigencia 2020

### Enlaces

- > Pagos en línea
- > Circulares de interés
- > Medios de comunicación
- > Sala de prensa
- > Egresados
- > Biblioteca
- > Glosario de términos
- > Planestic
- > Imagen institucional

**Más noticias:** Agrupa notas de prensa del que hacer institucional, en donde se destacan proyectos, eventos, ponencias y todas las actividades que desarrolla la comunidad académica.

**Está Pasando:** Esta sección contiene pestañas con los próximos eventos que convoca la casa de estudios, con el fin de mantener informado al público universitario y en general, del cronograma de actividades a desarrollarse. Aquí se puede publicar información como cronogramas para la presentación de pruebas, cronograma de inscripciones (Todo lo relacionado a la oficina de Admisiones, Registro y Control Académico), listado grados, listado de admitidos: reingresos, simultaneidad, entre otros.

**Enlaces:** Conformado por accesos de interés a un clic para el usuario.

## c. Sección 3

Fotografía 600 x 400 píxeles.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b> MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b> 5 de 13



**Banner:** Piezas digitales que contienen información de interés para la comunidad universitaria y en general, como avisos cortos, actividades, encuestas, elecciones de los programas, eventos, entre otros.

También cuenta con un enlace a un clic para enviar un correo acerca de notificaciones judiciales.

#### d. Sección 4

Este segmento contiene datos de contacto de los principales centros de atención de la institución, a nivel departamental y nacional, además, cuenta con un mapa de ubicación de la sede principal en Pamplona y el NIT.

A mano derecha se encuentra la pestaña para la selección del idioma que desee, así como el logo de la casa de estudios y las redes sociales institucionales; el ícono de PQRSD (peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias) que direcciona al aplicativo para registrar alguna solicitud.



#### e. Sección 5

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	6 de 13

Visitantes Desde el 26 de marzo de 2009 - [Ver estadísticas ampliadas](#)



**Visitantes:** La página institucional también cuenta con acceso público al sistema estadístico de visitas diarias, mensuales y anuales que permiten establecer su efectividad como herramienta de comunicación; así mismo permite visualizar esta información en gráficos estadísticos para facilitar su interpretación.

**Pie de página:** Es la sección final del portal, se encuentran los logos de los diferentes portales web que se relacionan con la función educativa de la Universidad de Pamplona y los respectivos hipervínculos a sus páginas.

La identidad de la Universidad es importante, es por ello que en el portal se encuentra piezas significativas de la imagen institucional, tales como escudo, slogan y logo de Acreditación Institucional, así como el escudo de la República de Colombia.

Desde la página se puede enlazar al correo institucional el cual presta el servicio a 39.977 personas a la fecha, divididas en estudiantes, docentes y administrativos.


Acorte del mes de julio ha recibido la visita de 124.263 personas.

**Redes Sociales:** Todos los diseños y publicaciones mantendrán los colores institucionales y slogan, esto con el fin de conservar, proyectar y seguir posicionando la imagen institucional.

Los perfiles de las redes sociales mantendrán la misma imagen en su foto de portada, perfil, así como el slogan y escudo.

Las fotografías deben ser de autoría del personal de la Oficina de Comunicación y Prensa; si son enviadas por otras dependencias o facultades se debe dar créditos a la misma.

Color Rojo  #ad3333 / R:173 G:51 B:51 / C:23 M:90 Y:79 K:14

Color Gris  #DADADA / R:218 G:218 B:218 / C:0 M:0 Y:0 K:20

Color Azul  # 003366 / R:0 G:51 B:102 / C:99 M:87 Y:26 K:19

## 2.2 Facebook Unipamplona : Universidad de Pamplona- Colombia

El Fanpage de la Universidad de Pamplona, es una página creada como canal de comunicación, para el año 2020 cuenta con más de 71.824 personas que les gusta, 74.655 seguidores y permite la difusión y promoción de noticias a un público amplio, de manera rápida y eficaz, en la que se genera contenidos como: noticias rápidas, historias,



	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	7 de 13

cubrimiento de eventos, tarjetas, videos, tips, galería fotográfica, transmisiones en vivo y compartir información.

Con el objetivo de velar y proteger la propiedad intelectual entre ellas las imágenes divulgadas, el Consejo Superior de la Universidad de Pamplona, emitió el Acuerdo 004 del 15 de febrero de 2017 con el fin de salvaguardar los derechos y creaciones, utilizadas en el comercio, industria y academia.

Es por ello que todas las fotografías publicadas pertenecen a la Universidad de Pamplona a través de la oficina de Comunicación y Prensa, la cual prohíbe la utilización de estas para brindar información mal intencionada o que desprestigie a una persona.

La calidad de información que es divulgada a través del FanPage Universidad de Pamplona – Colombia, es revisada por la oficina de Comunicación y Prensa, la cual ejerce unos roles importantes a través de su Community Manager, quien es el responsable de administrar las redes sociales, gestionando la identidad, imagen institucional, creando y manteniendo estrategias de comunicación en línea, entre otros.



**Foto de portada:** La medida de esta foto es de 850x315 pixeles. Esta fotografía es lo primero que los usuarios verán al ingresar a la página. Es actualizada con regularidad y manteniendo los lineamientos establecidos en el uso de imagen institucional.

**Foto de perfil:** La medida es de 180x180 y mantiene el escudo de la institución, siendo la imagen visual que asegura el reconocimiento de la Universidad de Pamplona.

**Biografía:** En este espacio se da a conocer el sitio web y una breve descripción no mayor a 150 caracteres.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	8 de 13

**Información:** Es una pequeña reseña del Fan Page de la Universidad de Pamplona, que puede ser consultada en la pestaña “información”, donde está publicado dirección, horario, descripción, línea de atención y correo de contacto.

Para eventos oficiales se realizan los En Vivo, estos son catalogados en Rendición de Cuentas, grados, inducción de estudiantes nuevos, inauguración de edificios, laboratorios, conferencias, entre otros.

**Hashtag:** Esta es una expresión que compone palabras claves y las cuales son menciones que serán las más utilizadas en las redes sociales, como herramienta que permite dar mayor identificación al contenido.

#RectoríaAvanza

#AEstaHora

#Unipamplona60Años

#DocentesUnipamplona

#FamiliaUnipamplona

#FormandoLíderesParaLaPaz

#ComunicadoUnipamplona

#EgresadoDestacado

#NoticiaUnipamplona

#Unipamplona

#### **a. Lineamientos de contenidos y publicaciones Facebook Unipamplona**

Existen unos lineamientos en cuanto a horario, tiempo y contenido que estipulan normas en lenguaje y solicitudes a difundir.

- **Horarios de publicación:** Generalmente las publicaciones comienzan a difundirse desde las 8 a.m. cada hora, cuando hay mucha información se publica cada media hora. Las publicaciones finalizan en promedio a las 7 p.m.

Los fines de semana y festivos también se genera contenido

Para responder a los mensajes o solicitudes allegadas, serán comprendidas de lunes a viernes de 8:00 a 12:00 m – 2:00 – 6:00 p.m.

Se ha establecido que los comentarios que sean grotescos, ofensivos, irrespetuosos o vulgares, que busquen desprestigiar, calumniar e injuriar, serán eliminados u ocultados con el fin de mantener el orden y la publicación original que es de interés de toda la comunidad.



	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	9 de 13

De igual forma, cuando los comentarios ofensivos, groseros, vulgares e irrespetuosos hacia la Unipamplona y su comunidad académica, provengan de perfiles falsos en Facebook, se bloquearán los mismos. Lo mismo aplicará para el caso de personas que con sus comentarios, atenden contra el buen nombre y reputación del rector(a), de la comunidad académica o de la imagen de la Unipamplona. Estas personas también serán bloqueadas.

El contenido a difundir siempre será con el objetivo de blindar la buena imagen y reputación de la Unipamplona y sus grupos de interés.

- **Lenguaje a utilizar:** En nuestras plataformas virtuales el lenguaje empleado está enfocado en la mejor atención y respeto por los cibernautas.

- **Contenido a publicar:** El Facebook de la Unipamplona es un medio oficial en donde los contenidos difundidos se convierten en información real y verídica de la institución.

Los contenidos a difundir deben tener ortografía y estar bien redactados.

Todos los días se publicará información actualizada y de interés para la comunidad

- **Historias:** se difundirán acorde a las medidas establecidas y buscando ya sea a través de flyers, vídeos o animaciones; difundir información como eventos, inscripciones, calendario matrículas pregrado y posgrados, avisos, entre otros.

- **Calidad de productos a publicar:** el material a difundir debe ser de calidad y en donde prevalezca la buena imagen de la Unipamplona, así como conservar la identidad gráfica de la institución. Contenidos actuales, oportunos, que aporten.

#### **b. Ejes temáticos contenidos:**

- **Informativo:** El contenido difundido en Facebook buscar mantener informada y actualizada la comunidad académica, en especial, los estudiantes, sobre el quehacer de la Unipamplona.

- **Responsivo:** Las dudas que tengan los cibernautas, serán resueltas. Así mismo, las preguntas o quejas que se generen a través de mensajes internos, se re direccionarán automáticamente a la oficina de Atención al Ciudadano para dar respuesta.

- **Educativo:** En el Facebook de la Unipamplona también se divulga contenido pedagógico que permite educar a los que visitan el fan page, sobre algún tema de la Unipamplona.

- **Analítico:** Cada 8 o 15 días, se hace un monitoreo del fan page para conocer qué temas han generado mayor interacción, y cuáles no. Al conocer los gustos de los cibernautas, se podrá generar contenido de mayor impacto y alcance con dicho público.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	10 de 13

**c. Lineamientos contenidos y publicaciones Facebook de otras dependencias de la Unipamplona:**

Muchas dependencias, oficinas, vicerrektorías, facultades o programas (pregrado o posgrado); cuentan con sus propios perfiles o páginas en Facebook, para este caso deben contar con lo siguiente:

1. El nombre que le coloquen a cada perfil debe incluir la Universidad de Pamplona, ejemplo: Facultad de Salud Unipamplona
2. Todas las publicaciones deben ser de calidad
3. El material sonoro, audiovisual, gráfico o digital que se publique, debe contener el logo (escudo), eslogan, colores y tipo de letra institucionales de la Universidad de Pamplona
4. Cada uno de los elementos de la imagen institucional de la Unipamplona, deben emplearse de forma correcta y actualizada.
5. Las publicaciones deben ser diarias y no difundir contenidos desactualizados
6. No difundir ni compartir contenido de otras páginas que no sean institucionales
7. El contenido debe tener ortografía sin errores de redacción
8. Por el tema de derechos de autor las fotografías, imágenes y música deben ser originales, o en su defecto, tomarse de una plataforma que permita su visualización de forma gratuita.

**2.3 TWITTER Unipamplona: @Unipamplona**

Esta plataforma permite compartir información con un lenguaje más sencillo e inmediato en donde el máximo de la publicación no puede sobrepasar los 280 caracteres. Para el 2020 este perfil cuenta 25. 2 mil seguidores quienes a diario conocen de primera mano cada uno de los hechos noticiosos de la institución pamplonesa, todo esto con un lenguaje claro, concreto y conciso.

Los parámetros de publicaciones son similares a los consagrados en el Facebook.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b> MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b> 11 de 13



**Unipamplona**  
@Unipamplona

Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz.

📍 Pamplona [unipamplona.edu.co](http://unipamplona.edu.co) 📅 Se unió en febrero de 2010

406 Siguiendo 25,2 mil Seguidores

¿Eres nuevo en Twitter?

Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada.

[Regístrate](#)



## 2.4 Instagram Unipamplona: Unipamplona

Esta es una aplicación y red social que cuenta para el 2020 con 5.890 publicaciones, 27.1k de seguidores que permite publicar videos y fotografías. Actualmente, se destaca por ser una de las redes más populares entre jóvenes, esta red es orientada a la divulgación de fotografías realizadas en un momento específico, mantiene un lenguaje sencillo y que es acorde a cada publicación realizada.



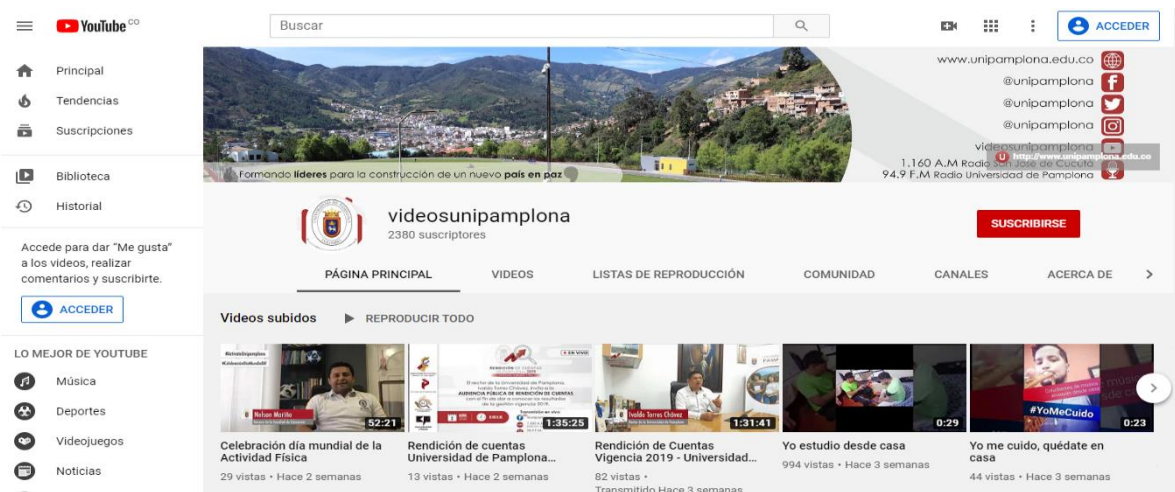
### a. Lineamientos Instagram Unipamplona

- Todas las fotografías publicadas en el perfil o historias de Instagram deben ser de una resolución mayor a 1280x720 píxeles para no perder calidad y garantizar buen contenido.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	12 de 13

- Medidas de la foto de perfil de Instagram: El Tamaño de la foto de Instagram oficial: 110 x 110 píxeles, pero la medida recomendada es de 180 x 180 píxeles.
- Tamaño de las fotos de publicaciones en Instagram: Tamaño fotos cuadradas: 1080 x 1080 píxeles o 640 x 640 píxeles. El tamaño máximo es de 2048 x 2048 píxeles.
- Tamaño fotos horizontales: 1080 x 566 píxeles o 600 x 400 píxeles. Tamaño fotos verticales: 1080 x 1350 píxeles o 600 x 749 píxeles.
- Tamaño de los vídeos en Instagram: El tamaño de los vídeos cuadrados es de 600 x 600 píxeles, los vídeos horizontales son de 600 x 315 píxeles, el tamaño de los vídeos verticales es de 600 x 750 píxeles y la resolución debe ser de 640 x 640 píxeles, y su duración de entre 3 y 60 segundos.
- Tamaño Instagram historias: El tamaño apropiado para los vídeos de Instagram Stories debe ser de 750 x 1334 píxeles, el tamaño de las fotos historias de 750 x 1334 píxeles.
- Premisas: Establecer oportunidades de contacto con personas que existen esta plataforma digital.
- Publicaciones: Se deben realizar diariamente publicaciones
- Fotografías: en ningún caso se deberán tomar fotografías de Internet excepto si el caso lo amerita Y otorgando el respectivo crédito a la fuente.
- Los demás lineamientos son los contemplados en el Facebook que también rigen para los perfiles de Instagram de la Unipamplona y sus demás dependencias.

## 2.5 YouTube Unipamplona: Vídeos Unipamplona



The screenshot shows the YouTube channel page for 'videosunipamplona'. The channel has 2380 subscribers. The banner image features a scenic view of Pamplona with the text 'Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz'. The channel name is 'videosunipamplona' with a 'SUSCRIBIRSE' button. Below the channel name, there are navigation tabs: 'PÁGINA PRINCIPAL', 'VIDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', 'CANALES', and 'ACERCA DE'. The 'VIDEOS' tab is selected, showing a list of uploaded videos. The first video is 'Celebración día mundial de la Actividad Física' with 29 views. Other videos include 'Rendición de cuentas Universidad de Pamplona...', 'Rendición de Cuentas Vigencia 2019 - Universidad...', 'Yo estudio desde casa', and 'Yo me cuido, quédate en casa'.

	<b>Manual de Comunicación Digital</b>	<b>Código</b>	MDE.CP-03 v.00
		<b>Página</b>	13 de 13

A través del canal Videos Unipamplona la institución viene generando contenidos importantes en donde se destaca la gestión, avances académicos e investigativos y desarrollo social de las diferentes facultades, programas, dependencias y la alta dirección, el cual para el 2020 cuenta con 2690 suscriptores; todos los videos subidos están debidamente marcados con escudo, slogan, créditos y musicalización.

La Universidad, en aras de mantener la importancia de la propiedad intelectual, hace la publicación de videos con imágenes propias estas realizadas por personal vinculado a la institución a través de la oficina de Comunicación y Prensa.

El material audiovisual a difundir pueden ser vídeos institucionales, cortos, educativos, documentales, promocionales, tutoriales, cápsulas informativas, notas audiovisuales periodísticas, entre otros.

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

### 3. HISTORIA DE MODIFICACIONES

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