



1. Información General del Documento	
Objetivo:	Visibilizar, posicionar y fortalecer la función de Extensión, mediante la formulación, el desarrollo e implementación de estrategias de comunicación que permitan la divulgación de los programas, proyectos, actividades, productos y resultados de Extensión, dirigidos tanto a la comunidad interna como externa de la Universidad Nacional de Colombia.
Alcance:	Inicia con la Identificar necesidades de comunicación y finaliza con la evaluación del plan de comunicación (según sea el caso) propuesto por la Oficina de UNIMEDIOS de sede (o quien haga sus veces). Aplica para todas las Sedes de la Universidad Nacional de Colombia.
Definiciones:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Difundir:</b> Propagar o divulgar conocimiento, programas, actividades y resultados académicos y el impacto de los proyectos de extensión, etc.</li> <li>2. <b>Estrategia:</b> Es el camino a seguir por una organización para el logro de sus metas y objetivos</li> <li>3. <b>Estrategia de Comunicación:</b> Es el conjunto de prácticas e instrumentos de intercambio comunicacional dirigidos a mostrar una realidad nueva (informar), cuestionar y revisar lo previo (generar opinión), modificar prácticas y actitudes (tomar decisiones).</li> <li>4. <b>Extensión:</b> Es una función misional y sustantiva de la Universidad, a través de la cual se establece una interacción privilegiada y recíproca entre el conocimiento sistemático de la academia y los saberes y necesidades de la sociedad, y de las organizaciones e instituciones que hacen parte de ella. Esta relación entre la Universidad y su entorno se debe reflejar en la ampliación del espacio de deliberación democrática y en el bienestar de las comunidades. Con la Extensión se cualifican la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura.</li> <li>5. <b>Proyecto:</b> Un proyecto, como unidad operativa mínima de un plan, se define como un conjunto de actividades planificadas, concretas y relacionadas entre sí, que vinculan tiempo y recursos específicos para lograr un objetivo y unas metas definidas.</li> <li>6. <b>Plan de Comunicación:</b> Herramienta que permite planificar (en términos de recursos, tiempo y objetivos), las acciones y estrategias de comunicación de la Universidad.</li> </ol>
Documentos de Referencia:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acuerdo 036/2009 del Consejo Superior Universitario.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Manual de imagen institucional de la Universidad Nacional de Colombia.</li> <li>3. Resolución 001008 de 2003 Rectoría General, Por la cual se formalizan los símbolos de identidad visual de la Universidad Nacional de Colombia y se definen las aplicaciones generales para su utilización.</li> </ol>
<p>Condiciones Generales:</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Dirección Nacional de Extensión, Innovación y Propiedad Intelectual garantizará la participación y respaldo de UNIMEDIOS, para apoyar el Plan Estratégico de Divulgación</li> <li>2. Cada Sede debe coordinar el cumplimiento de las estrategias de comunicación planteadas en el Plan de Comunicación, velando por la difusión y divulgación institucional de la función de la Extensión.</li> <li>3. La información suministrada por las Facultades, Centros e Institutos que va ser publicada debe tener aval de la Dirección de Investigación y Extensión, Director del proyecto, Decanatura o del Director del Centro e Instituto, o quien haga sus veces.</li> <li>4. Para la formulación del plan estratégico de comunicación es necesario realizar un documento el cual debe contener como mínimo los siguientes parámetros: justificación, objetivos generales y específicos, metodología, tiempo de realización, fuentes de financiación, productos, instancias o actores y personal a contratar.</li> <li>5. El plan estratégico de comunicación se alinearé a las directrices de Nivel Nacional</li> <li>6. Cualquier publicación impresa o virtual debe tener previo aval de Unimedios, oficina de Comunicaciones o quien haga sus veces.</li> <li>7. Para el caso de las Sedes de presencia nacional el Comité Académico Administrativo, o el Instituto Estudios de la Región ejerce las funciones de los Consejos de Sede y Comités de Extensión de Sede.</li> <li>8. Los planes de comunicación definidos en los diferentes niveles de la universidad deben propender por la articulación entre los mismos.</li> <li>9. La periodicidad del plan se establecerá en cada sede, de acuerdo a los recursos disponibles para tal fin.</li> </ol>
<p>2. Información Específica del Procedimiento</p>	

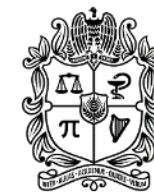


ID	Actividad	Descripción	Responsable Cargo/Rol	Registros	Sistemas de Información
1.	Identificar necesidades de comunicación	Se identifican las necesidades de divulgación de la función Extensión de acuerdo con los objetivos, políticas, metas, resultados de encuestas e informes de las facultades, entre otros.	Director de Extensión o quien haga sus veces	Actas de reuniones. Documento	. N.A.
2.	Formular estrategias de difusión y comunicación	Con las necesidades Identificadas se procede a definir los objetivos y a plantear las estrategias de comunicación con la justificación y el diseño del plan de comunicación el cual debe contener las actividades con responsables, tiempos y costos	Director de Extensión o quien haga sus veces  Profesional de comunicación o quien haga sus veces	Propuesta plan de comunicación o documento equivalente	N.A
3.	Aprobación y Socialización del Plan de Comunicación	Se presenta para aprobación ante el Comité de Investigación y Extensión o quien haga sus veces, la Propuesta de Plan de Comunicación.  ¿La propuesta requiere ajustes?  SI - Pasar a la actividad No.2 NO – Pasar a la actividad No. 4	Miembros del Comité de Investigación y Extensión de Sede o quien haga sus veces	Acta u oficio, plan de comunicación	N.A.



4.	Implementar del Plan de Comunicación	Se inicia la ejecución de las actividades de la estrategia de comunicación y difusión.	Profesionales de UNIMEDIOS o quien haga sus veces	Medios, piezas, espacios de comunicación, etc.	N.A.
5	Evaluar el plan de comunicación.	Realizar un análisis y evaluación de las estrategias implementadas para ejecutar las acciones de mejora respectivas.	Director de Investigación y Extensión y/o quien haga sus veces Vicedecanos, Directores y/o Coordinadores de Investigación y Extensión de Facultades, Centros y/o Institutos.	Planes de mejoramiento (cuando sea el caso.)	Soft Expert

**Macroproceso: extensión, Innovación y Propiedad Intelectual**  
**Proceso: Gestión de Extensión**  
**Gestión estratégica de la comunicación de la extensión**



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
 DE COLOMBIA

Elaboró:	<i>Dirección Nacional de Extensión, Innovación y Propiedad Intelectual. Direcciones de Investigación y de Extensión de Sedes Sedes de Presencia Nacional Facultades e Institutos de Sede Bogotá</i>	Revisó:	<i>Dirección Nacional de Extensión, Innovación y Propiedad Intelectual. Direcciones de Investigación y de Extensión de Sedes Sedes de Presencia Nacional Facultades e Institutos de Sede Bogotá Equipo del sistema de Gestión de Calidad UN</i>	Aprobó:	<i>Dirección Nacional de Extensión, Innovación y Propiedad Intelectual. Direcciones de Investigación y de Extensión de Sedes Sedes de Presencia Nacional Facultades e Institutos de Sede Bogotá DNEIPI</i>
Cargo:	<i>Directores / Asesor / Profesionales contratistas</i>	Cargo:	<i>Directores / Asesor / Profesionales contratistas</i>	Cargo:	<i>Directores de Investigación y Extensión de las Sedes y Director Nacional de Extensión, Innovación y Propiedad Intelectual</i>
Fecha:	Mayo 2015	Fecha:	Mayo 2015	Fecha:	Mayo 2015