

**Corporación Escuela de Artes y Letras  
Institución Universitaria**

**MANUAL DE PROCESOS**  
DPTO. DE COMUNICACIONES  
**2018**

## **Índice**

1. Introducción
  - 1.1. Objetivo
  - 1.2. Objetivos Específicos
2. Marco conceptual
  - 2.1. Mapa de procesos
  - 2.2. Macroproceso
  - 2.3. Procedimiento
  - 2.4. Flujogramas
3. Clasificación de procesos
4. Descripción de actividades
5. Validez del manual de procesos
6. Anexo

## **1. Introducción**

El fin de este manual es crear una herramienta que permita al dpto. de comunicaciones integrar las acciones y objetivos encaminadas a estructurar los procesos internos con el fin de agilizar los macroprocesos con las diferentes dependencias y el público externo basados en la comunicación interna, externa y digital. Así como los principales pasos que componen cada procedimiento y la manera en que se realizan, con el ánimo de estar en constante mejora haciendo que la comunicación sea eficaz, relevante y que satisfaga las necesidades de la institución, el cliente interno y el cliente externo.

### **1.1. Objetivo**

Brindar una herramienta que compile detalladamente los procesos que se ejecutan en el dpto. de comunicaciones y controlar el cumplimiento de cada una de las tareas asignadas por la institución de una manera eficiente, cumpliendo con la guía misional.

#### **1.1.2. Objetivos específicos:**

- Facilitar las labores diarias del dpto.
- Dar cumplimiento a las diferentes publicaciones que requiere la institución para su divulgación.
- Servir como instrumento para procesos de calidad
- Dar a conocer las rutinas de trabajo
- Establecer los parámetros del hacer y como hacerlo, evitando que las personas hagan doble el trabajo.

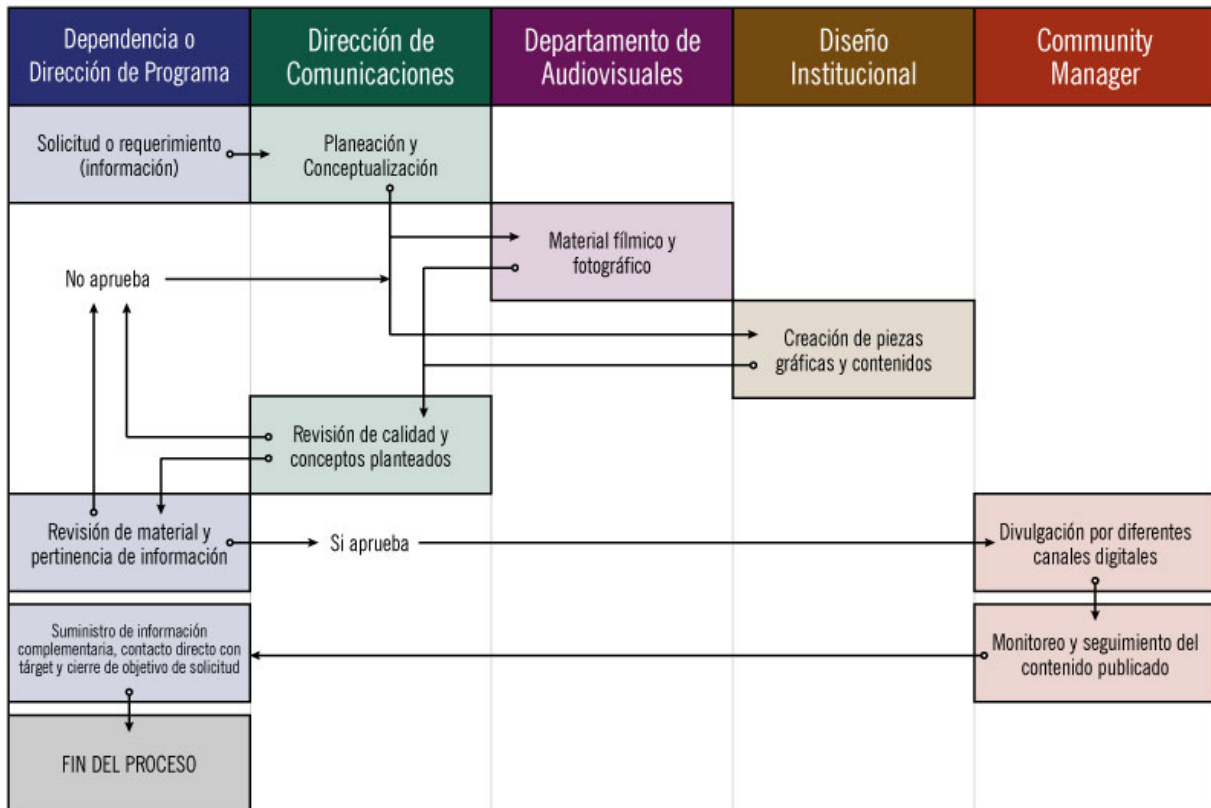
## 2. Marco Conceptual:

El Manual de procesos contiene la estructura para la realización de las funciones precisando las responsabilidades de cada uno de los funcionarios velando por el cumplimiento de las actividades propuestas y los diferentes canales por los que se divulga información institucional y el como debe ser expuesta tanto al cliente interno como externo y los diferentes dptos. que intervienen, para que esta tenga el mensaje, el tono y la información adecuada, con el fin de documentar los procesos operativos y administrativos.

### 2.1. Mapa de Procesos:

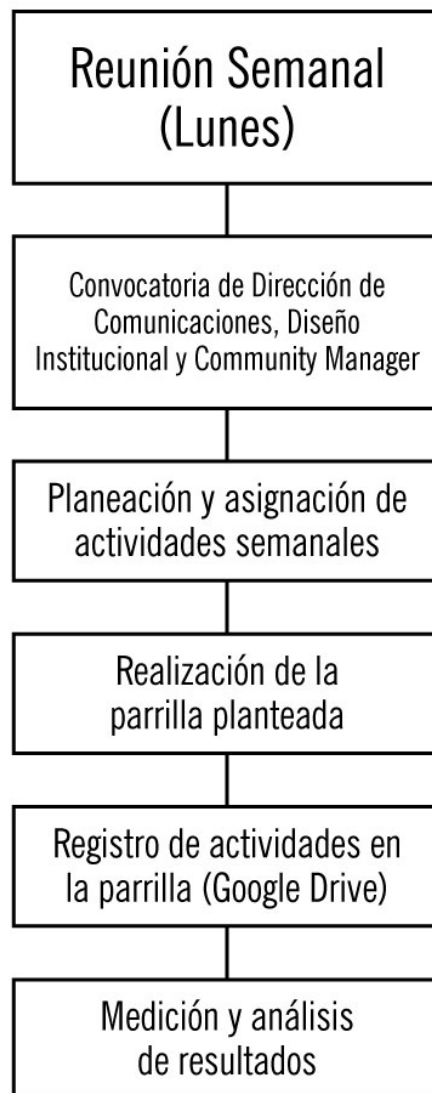
Por medio del mapa de procesos se puede visualizar gráficamente la estructura organizacional y como intervienen las distintas dependencias o se correlacionan.

## MAPA DE PROCESOS



## 2.2.Macroproceso:

Es el conjunto de procesos que aportan todos los requerimientos de la institución para su funcionamiento y que se expresan por medio de actividades que son de utilidad para la organización.



## Descripción de Actividades

<b>Dirección de Comunicaciones</b>	<p>Desarrollo del plan de comunicaciones, coordinación y gestión de proyectos, ejecución, conceptualización y desarrollo de campañas de mercadeo que contribuyan a la divulgación de los diferentes programas, cursos, actividades, eventos, reconocimientos y logros. Generación de contenidos y estrategias correctas por medio de cronogramas y pautas para lograr cautivar al público objetivo. Lineamientos de comunicación para tener una asertiva recepción de lo que se desea transmitir. Sintetiza y elabora un plan de trabajo para las diferentes publicaciones que requieren comunicación. Monitoreo de reacciones y publicaciones en otros medios para manejos de crisis y tiempos de respuesta.</p>
<b>Diseñador Institucional</b>	<p>Manejo correcto de herramientas y generación de contenido gráfico acorde a lo que se quiere comunicar, actualización constante de la página web con contenido llamativo y pertinente. Realización de piezas institucionales como calendario académico, actividades lúdicas, semanas culturales, english day, elecciones de representantes, revisión de carteleras informativas, proceso de carnetización y cualquier material gráfico que requiera cualquier dependencia de la institución.</p>
<b>Community Manager</b>	<p>Publicación de contenidos, monitoreo constante de los KPI de cada una de las redes para medir su efectividad. Envío de correos masivos dependiendo del público al que se quiera dirigir la comunicación.</p>

### 2.3. Procedimiento:

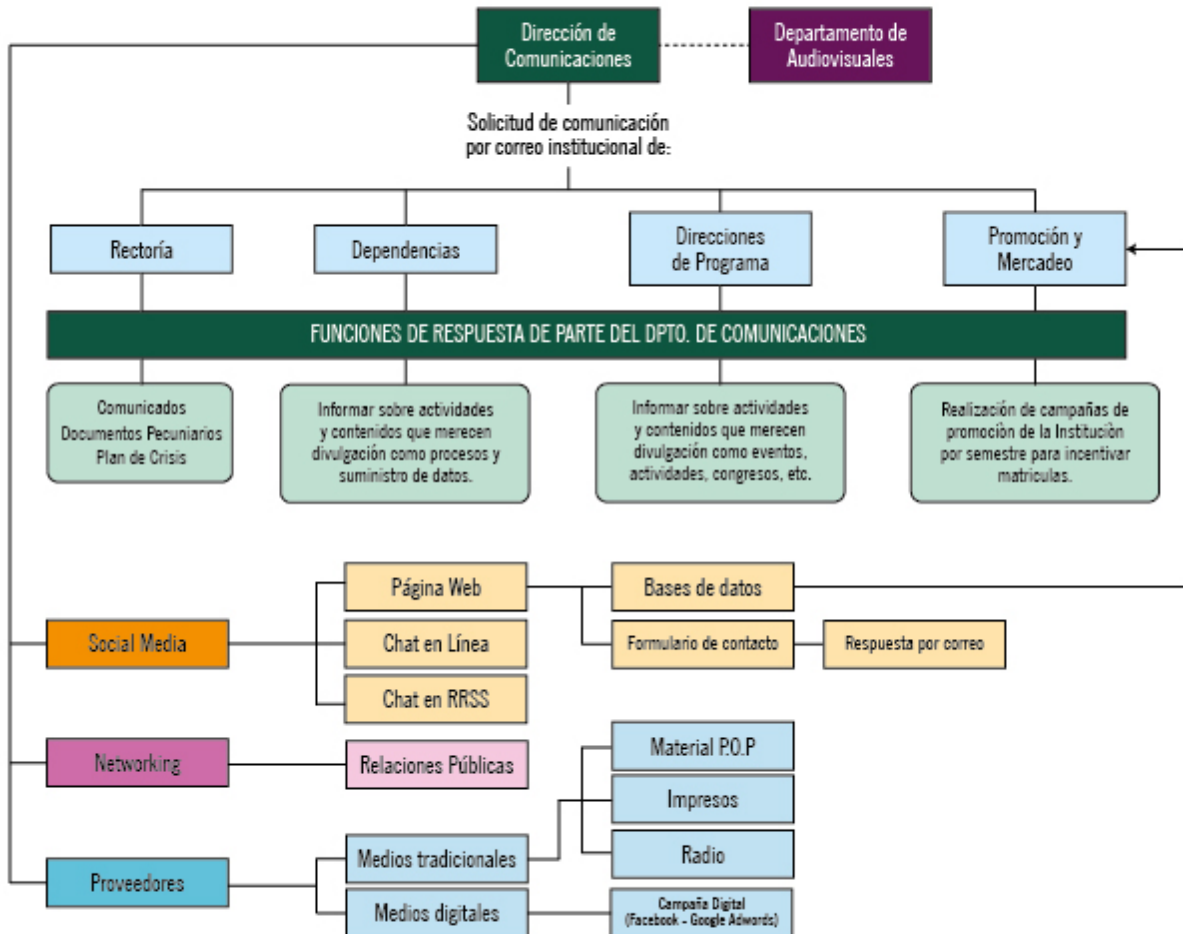
Como se debe realizar cada una de las actividades, velando porque aporte efectividad y la forma correcta de implementarlas para que posibiliten el trabajo y que estén documentadas para que tengan soporte, se evidencie la gestión y se pueda mejorar en caso de que no estén reflejando un resultado positivo.

### Procesos

Actualización y monitoreo de la página web, base de datos envío a promoción y mercadeo, organización de contenidos y material audiovisual.
Respuesta inmediata a chat en línea, RRSS y los correos que llegan por el formulario de contacto de la página web.
Recepción y elaboración de comunicados.
Información de eventos, conferencias, foros, cambios de fechas, programación, calendario académico y las diferentes actividades propuestas por las diferentes dependencias.
Creación y publicación de copys para la página web, las diferentes piezas gráficas solicitadas y para RRSS.
Creación de estrategias y conceptos para las diferentes campañas de promoción de los programas ofertados por la institución.
Capturar por medio de los canales digitales nuevos posibles estudiantes y enviar a cierre al dpto. de promoción y mercadeo.
Envío masivo de correos electrónicos con información relevante a personal administrativo, docente y estudiantado.
Relacionamiento con medios externos (networking).
Reporte de métricas y KPI de los diferentes canales digitales (Facebook, Instagram, Twitter, Página web).
Manejo de proveedores de publicidad tradicional (impresos, material p.o.p. radio) y publicidad digital (campañas en Facebook, Google adwords).

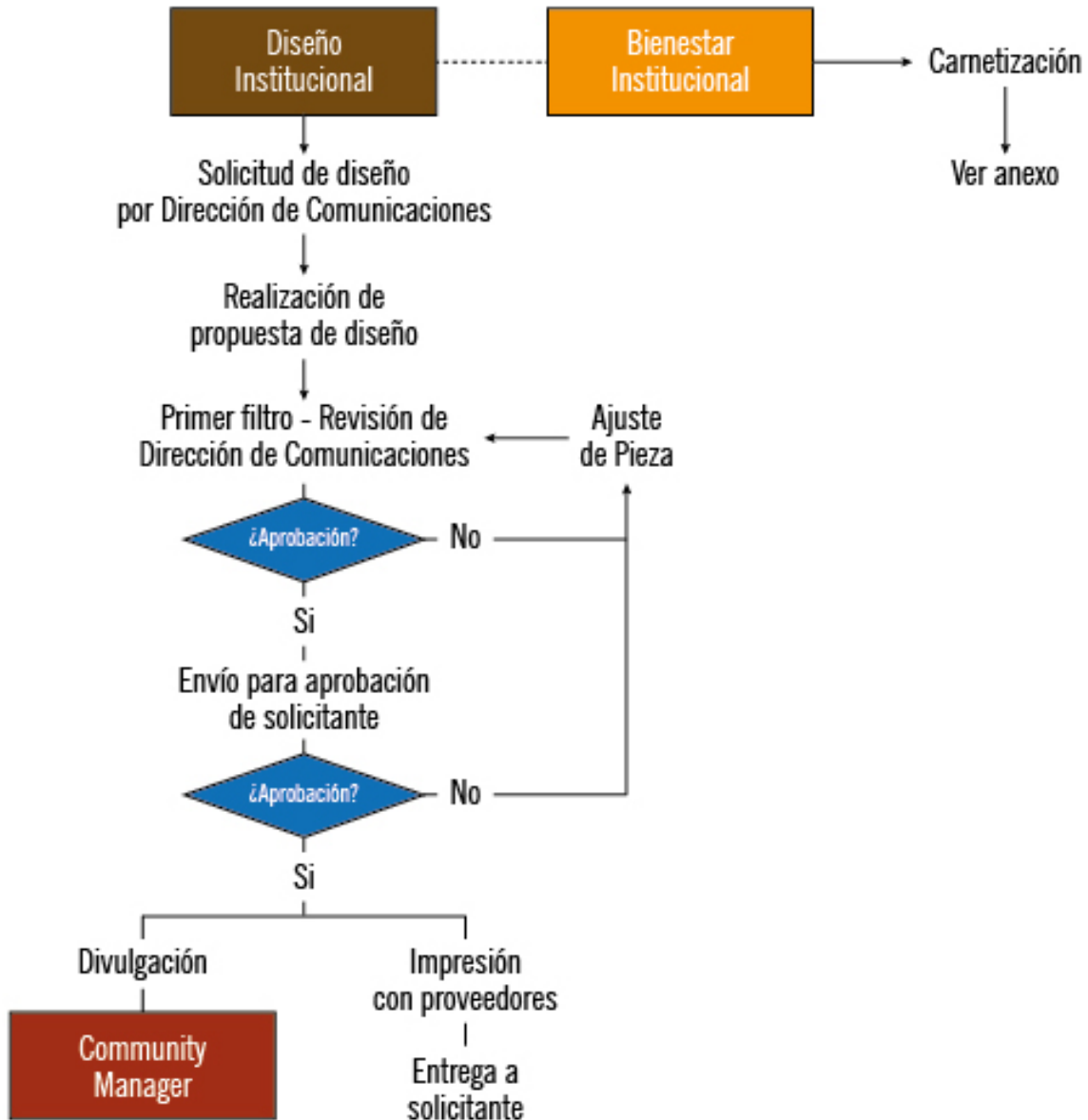
## 2.4. Flujogramas por cargo:

### PROCESO DE DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

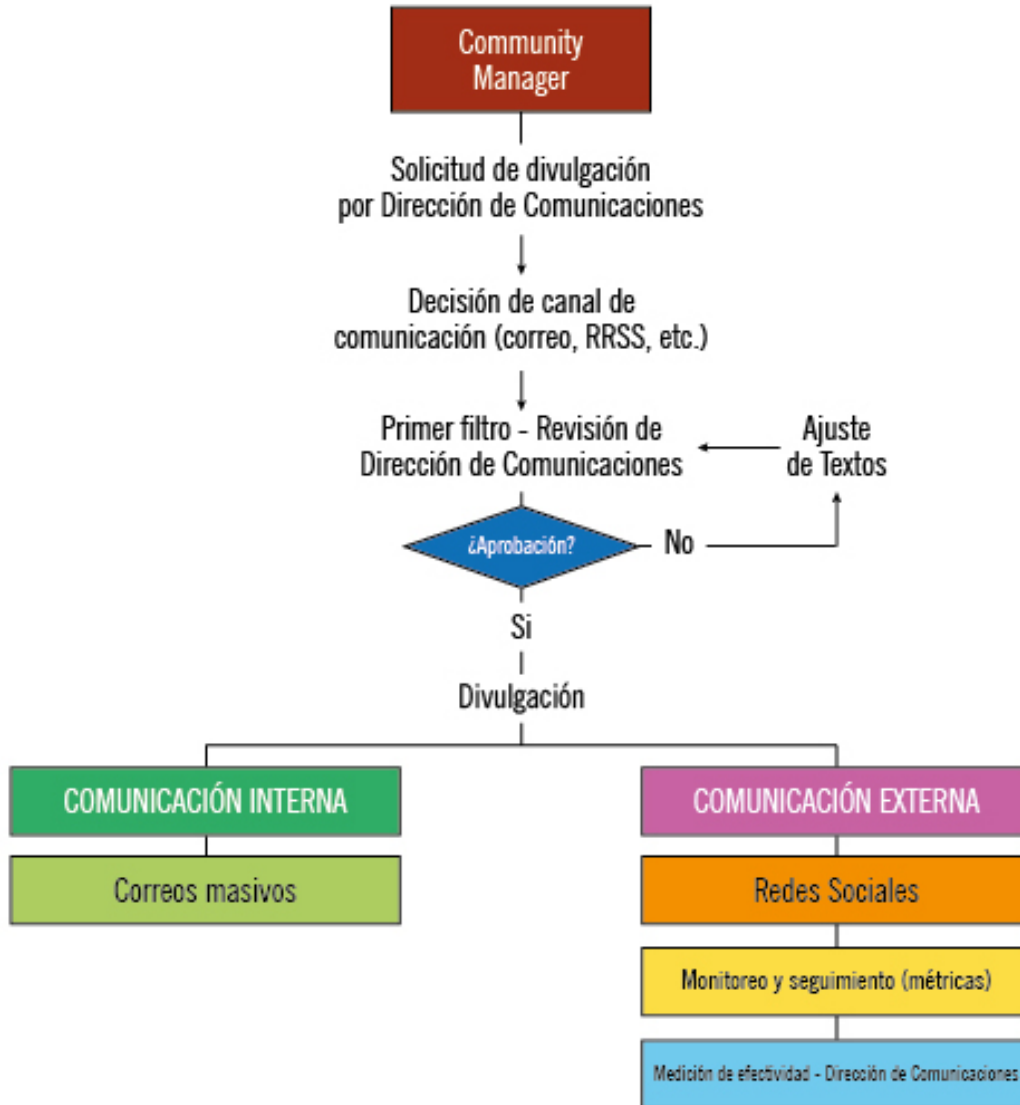




## PROCESO DE DISEÑO INSTITUCIONAL



## PROCESO DE COMMUNITY MANAGER



### 3. Clasificación de procesos:

	Gestión	Apoyo	Organizacional
Característica	Priorizar los diferentes procesos y actividades que requieren divulgación, potencializar los contenidos con un orden relevante, evaluar la efectividad de las estrategias implementadas, proponer, coordinar y mejorar procesos y resultados.	Se correlacionan por medio de las diferentes actividades propuestas por las dependencias, direcciones de programa, docentes y eventos que requieran ser expuestos a los diferentes públicos que hacen parte de la institución y no hacen parte de ella, por los diferentes canales de comunicación. (tradicional – digital)	Manejo de comunicados, actividades de bienestar y RRHH, capacitaciones, seminarios, diplomados, educación continua, información de procesos de las diferentes dependencias, flujogramas, organigramas, documentos pecuniarios y de rectoría.  Tienen una influencia sobre el futuro de la institución. (voz a voz)

### 4. Descripción de actividades:

El dpto. de comunicaciones, trabaja de manera transversal con cada una de las áreas y programas generando contenidos acerca de lo que se desea comunicar.

Responsable	Descripción
<b>Director de programa</b>	Busca el contenido pertinente y apropiado, crea eventos, foros, pasa el requerimiento y la necesidad.
<b>Director de dependencia</b>	Busca el contenido pertinente y apropiado, crea eventos, foros, pasa el requerimiento y la necesidad.
<b>Dirección de comunicaciones</b>	Coordina, supervisa, conceptualiza y da las instrucciones.
<b>Audiovisuales</b>	Recibe la información y crea material audiovisual de apoyo, lo edita y lo envía a aprobación.
<b>Diseñador Institucional</b>	Recibe la información la plasma gráficamente, le da formato y la envía a aprobación.
<b>Community Manager</b>	Recibe la información aprobada y procede a darle divulgación en los diferentes canales digitales.

## 5. Validez del Manual de Procesos:

Este manual junto con sus flujogramas requieren revisión periódica para su actualización ya que se encuentra sujeto a modificaciones de planificación o sugerencias para su debida implementación y análisis.

## 6. Anexo

### Proceso de carnetización

**¿SABES CÓMO SOLICITAR TU CARNÉ?**  
Es sencillo. Sigue estos pasos:

**Solo para Estudiantes Antiguos**  
en caso de pérdida o renovación

Deberás consignar un valor de:

\$7.500	\$15.000
Renovación por deterioro	Pérdida o Robo

Acércate a **Tesorería** en la Sede Administrativa para legalizar el pago.

en el **Banco Pichincha**  
Cta Corriente No. 410049092

**1. Envía un correo a**  
[carnetizacion@artesyletras.edu.co](mailto:carnetizacion@artesyletras.edu.co)  
con el siguiente **asunto**:

**Para Estudiante Nuevo**  
Fecha de legalización de matrícula

**Para Estudiante Antiguo**  
No. de recibo de pago

**Para Administrativo**  
Cargo

**2. Envía foto o scanner del recibo azul de matrícula o pago.**

**3. Adjunta:**

**NOMBRE COMPLETO:** En altas (MAYÚSCULAS)  
**NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD**  
**TIPO DE ESTUDIANTE:** Nuevo / Antiguo  
**PROGRAMA:** En altas (MAYÚSCULAS)  
**MODALIDAD:** Técnico / Profesional

**FOTO:** Formato Jpg Tipo Documento  
(Fondo blanco o azul, visibilidad completa de rostro)

**4. Para ingresar a las sedes puedes presentar tu recibo de matrícula o pago** según sea el caso.

**5. Cuando sea impreso tu carné recibirás un correo de confirmación para que reclames tu documento en la Sede Administrativa.\***

\*Los carnés por reposición deben presentar el recibo azul en físico al momento de reclamar el documento.