

**TECNOLOGICO DE ANTIOQUIA  
PLAN DE ACCIÓN 2015**

**DEPENDENCIA: COMUNICACIONES**

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Meta	Código	Indicador	Meta 2015	Presupuesto (millones de pesos)	Actividades	Ponderación actividad	Responsable	Avance físico programado %		% ejecución de la actividad	% ejecución del indicador	% ponderación del indicador	ejecución Vs ponderación	Evidencias de la ejecución del indicador
										junio	diciembre					
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	5. Mejorar la comunicación institucional para construir confianza en la comunidad académica.	Producción de Medios Institucionales	05050101-2015	Porcentaje de ejecución de medios	100%	250	Producir los medios audiovisuales, de acuerdo con las solicitudes del servicio de los procesos académicos - administrativos.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%	100%	30%			Acorde con las solicitudes de servicios de procesos académicos y administrativos se han producido los medios audiovisuales y material impreso de apoyo a la docencia, investigación y extensión. Se ejecutó proyecto de actualización CMS web y se publicaron contenidos acordados con Gobierno en Línea.
							Realizar un proyecto de actualización del sitio web y publicación de contenidos en la página, remitidos por las diferentes dependencias institucionales, índice de transparencia y Gobierno en Línea.	40%	Profesional de Comunicaciones	20%	20%	100%	40%			
							Diseñar y producir el material impreso de acuerdo con las solicitudes de servicio y realizar el cubrimiento informativo de los eventos corporativos, acorde con la agenda semanal.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%	100%	30%			
<b>TOTAL ACUMULADO INDICADOR</b>								100%		50%	100%		100%	35%	35%	Se ejecutó proyecto actual
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	5. Mejorar la comunicación institucional para construir confianza en la comunidad académica.	Posicionamiento de la Imagen corporativa	05050201-2015	Porcentaje de ejecución de las actividades propuestas	100%	250	Ejecutar el plan de medios para el proceso de inscripciones (prensa, radio, televisión, medios electrónicos y alternativos), acorde con las acciones de mercadeo corporativo.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%	100%	30%			Se ejecutaron dos planes de medios mediante contrato publicidad en los dos semestres académicos. Durante el año se realizó la campaña de socialización Autoevaluación y MECI Se apoyó la organización de los eventos de la OMEP, Foro Primera Infancia y Semana de la Criminológica, además de otros del orden nacional e internacional.
							Realizar una campaña de socialización a través de medios sobre el proceso de autoevaluación con fines de acreditación y MECI.	40%	Profesional de Comunicaciones	20%	20%	100%	40%			

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Meta	Código	Indicador	Meta 2015	Presupuesto (millones de pesos)	Actividades	Ponderación actividad	Responsable	Avance físico programado %		% ejecución de la actividad	% ejecución del indicador	% ponderación del indicador	ejecución Vs ponderación	Evidencias de la ejecución del indicador
										junio	diciembre					
							Apoyar la organización y acciones comunicacionales de los eventos académicos institucionales. Asamblea OMEP, Foro Primera Infancia, Semana de la Criminalística.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%	100%	30%			
<b>TOTAL ACUMULADO INDICADOR</b>								100%		50%	100%		100%	35%	35%	
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	1. Desarrollar un modelo de gestión académico y administrativo al servicio de las funciones misionales	Relaciones públicas	05050202-2015	Porcentaje de Actividades planeadas y ejecutadas	100%	50	Apoyar en la construcción de la Visión y el Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020, de acuerdo con cronograma y metodología establecido por Planeación.	50%	Profesional de Comunicaciones	30%	20%	100%	50%			Se ha participado en el equipo de trabajo y la construcción de documentos, como resultado de la revisión documental y talleres de trabajo. Se apoyaron las acciones relacionadas de informe y cronograma del MEN y CESU. SE apoyaron las acciones de divulgación de internacionalización y bilingüismo del TdeA, para darle mayor visibilidad a estos procesos.
							Apoyar las relaciones interinstitucionales, establecidas con el Ministerio de Educación Nacional y el CESU, acorde con la agenda rectoral.	30%		15%	15%	100%	30%			
							Apoyar las acciones de fomento y divulgaciones del componente de internacionalización, de acuerdo con los requerimientos de esta área de gestión.	20%		10%	10%	100%	20%			
<b>TOTAL ACUMULADO INDICADOR</b>								100%		55%	100%		100%	30%	30%	
<b>TOTAL PLAN DE ACCIÓN</b>						<b>550</b>								100%	100%	