

**TECNOLOGICO DE ANTIOQUIA
PLAN DE ACCIÓN 2014**

DEPENDENCIA: COMUNICACIONES

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Meta	Código	Indicador	Meta 2014	Presupuesto (millones de pesos)	Actividades	Ponderación actividad	Responsable	Avance físico programado %		% ejecución de la actividad	% ejecución del indicador	% ponderación del indicador	ejecución Vs ponderación
										junio	diciembre				
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	5. Mejorar la comunicación institucional para construir confianza en la comunidad académica.	Producción de Medios Institucionales	05050101-2014	Porcentaje de ejecución de medios	100%	240	Editar cuatro (4) periódicos institucionales, 4 boletines apuntes del rector y un portafolio de servicios y un nuevo video corporativo.	50%	Profesional de Comunicaciones	25%	25%				
							Actualizar el 100% de los contenidos en la web, remitidos por las diferentes dependencias institucionales.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%				
							Producir cuatro vallas institucionales y diseñar y producir el materia impreso de acuerdo con las solicitudes de servicio.	20%	Profesional de Comunicaciones	10%	10%				
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		50%	100%			35%	
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	5. Mejorar la comunicación institucional para construir confianza en la comunidad académica.	Posicionamiento de la Imagen corporativa	05050201-2014	Porcentaje de ejecución de las actividades propuestas	100%	240	Elaborar y ejecutar el plan de medios para el proceso de inscripciones (prensa, radio, televisión, medios electrónicos y alternativos)	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%				
							Realizar una campaña de socialización a través de medios sobre el proceso de autoevaluación con fines de acreditación.	30%	Profesional de Comunicaciones	15%	15%				
							Elaborar y ejecutar un plan de medios corporativos y programar la producción de contenidos para el canal de TV y la emisora virtual.	40%	Profesional de Comunicaciones	20%	20%				
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		50%	100%			35%	
							Identificación corporativa. Ubicación de fototelones o backing en los municipios donde hace presencia el TdeA.	15%	Profesional de Comunicaciones	7%	8%				
							Actualización microsítio Regionalización. Publicación de contenidos en la web.	15%		7%	8%				

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Meta	Código	Indicador	Meta 2014	Presupuesto (millones de pesos)	Actividades	Ponderación actividad	Responsable	Avance físico programado %		% ejecución de la actividad	% ejecución del indicador	% ponderación del indicador	ejecución Vs ponderación
										junio	diciembre				
5. MODERNIZACION CORPORATIVA	5. Mejorar la comunicación institucional para construir confianza en la comunidad académica.	Actividades de Comunicaciones de apoyo a la Regionalización	03060101-2014	Porcentaje de Actividades planeadas y ejecutadas	100%	50	Producción especiales regionalización (emisora, video, prensa, fotografía).Nueve especiales, cada uno con: Emisión un directo de radio (emisora).	25%		12%	13%				
							Enlaces con medios alternativos en las regiones. Una historia de las regiones, un artículo y registro fotográfico.	15%		7%	8%				
							Información institucional (remisión de avisos, volantes, afiches y correos electrónicos). Programación y emisión de pauta y especiales a través de la red de medios regionales	15%	Profesional de Comunicaciones	7%	8%				
							Publicación y emisión de material institucional en las regiones (distribución del material mediante los casilleros y correo electrónico).	15%	Profesional de Comunicaciones	7%	8%				
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		47%	100%			30%	
TOTAL PLAN DE ACCIÓN						530								100%	

FIRMA - PROFESIONAL UNIVERSITARIO (COMUNICACIONES)