

DEPENDENCIA: COMUNICACIONES

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Proyecto	Código	Indicador	Meta 2016	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					
1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR CON CALIDAD	1. Fomentar una cultura de la calidad entre los miembros de la comunidad educativa en el marco de los procesos de autoevaluación, acreditación institucional y sistema de gestión de la calidad.	Fomento de la cultura de la calidad de la Educación superior	050701-2016	Porcentaje de integrantes de la comunidad institucional con apropiación de la cultural de la calidad	60%	100	Producir el boletín virtual "Marca T" - quincenal	20%	Profesional Universitario de Comunicaciones	10%	10%		0%			
							Producir 6 programas radiales	20%	Profesional Universitario de Comunicaciones	10%	10%		0%			
							Reposición de las vallas y piezas visuales de la Acreditación Institucional	10%	Profesional Universitario de Comunicaciones	10%			0%			
							Realizar 2 eventos masivos (1 semestral) de sensibilización de la cultura de la calidad	15%	Profesional Universitario de Comunicaciones	7%	8%		0%			
							Realizar 4 campañas (2 x semestre), acerca de los componentes del SGC (Gobierno en Línea, Transparencia, MECI, Atención al ciudadano, Sistema de gestión ambiental y Acreditación Institucional	20%	Profesional Universitario de Comunicaciones	10%	10%		0%			
							Medir impacto de la apropiación de la cultura de la calidad	15%	Profesional Universitario de Comunicaciones		15%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		47%	100%			15%		
1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR CON CALIDAD	2. Fomentar la producción de contenidos desde la docencia, la investigación y la extensión	Centro de producción de contenidos educativos	050701-2016	Proyecto Centro de producción de contenidos educativos formulado y registrado	1	0	Elaborar el proyecto de centro de producción de contenidos educativos	70%	Profesional Universitario de Comunicaciones	70%			0%			
							Diseñar y socializar las políticas para la producción de contenidos educativos	30%	Profesional Universitario de Comunicaciones		30%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		70%	100%			10%		

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Proyecto	Código	Indicador	Meta 2016	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					
1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR CON CALIDAD	3. Apoyar las estrategias de Internacionalización del TdeA	Visibilización de la Internacionalización	050701-2016	Portafolio publicado	1	100	Publicar un portafolio de internacionalización en 2 idiomas	50%	Profesional Universitario de Comunicaciones	25%	25%		0%			
				Estrategias comunicacionales ejecutadas	2		Diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales para 2 eventos de internacionalización	50%	Profesional Universitario de Comunicaciones	25%	25%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		50%			15%			
2. COMUNICACIÓN INTERNA	Actualizar la estructura del proceso de comunicaciones acorde con el Sistema de Gestión de Calidad	Mejoramiento de la comunicación organizacional	050701-2016	Porcentaje de percepción positiva de la comunicación interna en docentes y empleados	80%	50	Editar y emitir 4 ediciones del periódico institucional, dos ediciones de la revista (una semestral) y 4	60%	Profesional Universitario de Comunicaciones	30%	30%		0%			
							Aplicar y analizar un instrumento de evaluación de la comunicación para acciones de mejoramiento	40%	Profesional Universitario de Comunicaciones	20%	20%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		#¡REF!	#¡REF!		10%			
3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4. Crear e implementar mecanismos de evaluación del impacto de los medios de comunicación institucional.	Mejoramiento de los medios de comunicación	050701-2016	Porcentaje de percepción positiva de los medios de comunicación	80%	50	Editar y emitir 4 ediciones del periódico institucional, dos ediciones de la revista (una semestral) y 4	60%	Profesional Universitario de Comunicaciones	30%	30%		0%			
							Elaborar e implementar una estrategia de mejoramiento de los medios digitales y redes	20%	Profesional Universitario de Comunicaciones	20%			0%			
							Aplicar y analizar un instrumento de evaluación del impacto de los medios de comunicación.	20%	Profesional Universitario de Comunicaciones		20%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		50%	100%		15%			
4. RELACIONES CORPORATIVAS	Implementar estrategias de relaciones corporativas con organizaciones públicas y privadas	Fortalecimiento de relaciones corporativas	050701-2016	Porcentaje de eventos de relaciones corporativas Apoyados	90%	200	Apoyar la agenda de extensión académica para el primer y segundo semestre.	40%	Profesional Universitario de Comunicaciones	20%	20%		0%			
				Número de convenios de relaciones corporativas	1		Suscribir un convenio de cooperación para el fortalecimiento de la comunicación	30%	Profesional Universitario de Comunicaciones	30%			0%			
							Apoyar las acciones cooperación con el MEN, el CESU y G7	30%	Profesional Universitario de Comunicaciones	15%	15%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		65%	100%		10%			

Línea estratégica	Objetivo estratégico	Proyecto	Código	Indicador	Meta 2016	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. Mercadeo	Plan de Mercadeo	Plan de Mercadeo	030401-2016	Elaborar y ejecutar un plan anual de mercadeo	1	1000	Elaborar un proyecto de mercadeo para promoción de programas y servicios institucionales	50%	Profesional Universitario de Comunicaciones	50%			0%			
							Viabilizar el plan de mercadeo institucional.	10%	Profesional Universitario de Comunicaciones	10%			0%			
							Ejecutar y evaluar el plan de mercadeo institucional.	40%	Profesional Universitario de Comunicaciones	20%	20%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		80%	100%			15%		
5. ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN AL SERVICIO DE LA ACADEMIA	1. Integrar los sistemas de gestión, Autoevaluación y MECI	Caracterización Proceso de Comunicaciones	050101-2016	Proceso de Comunicaciones Institucional caracterizado	1	0	Caracterización del proceso de Comunicaciones	40%	Profesional Universitario de Comunicaciones	40%			0%			
							Revisión y ajuste de indicadores y riesgos del proceso	30%	Profesional Universitario de Comunicaciones	30%			0%			
							Seguimiento a los indicadores y riesgos del proceso	30%	Profesional Universitario de Comunicaciones	15%	15%		0%			
TOTAL ACUMULADO INDICADOR								100%		85%	100%			10%		
TOTAL PLAN DE ACCIÓN						1.500								100%	0%	

FIRMA - PROFESIONAL UNIVERSITARIO (COMUNICACIONES)