

03 JUN 2014

Resolución No. **00 53 4 2**

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

En uso de sus facultades legales y estatutarias y,

CONSIDERANDO

Que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), creada por la Ley 52 de 1981, transformada por la Ley 396 de 1997 y el Decreto 2770 del 16 de agosto de 2006, es un ente universitario autónomo del orden nacional, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente y capacidad para gobernarse, vinculado al Ministerio de Educación Nacional en los términos definidos en la Ley 30 de 1992.

Que de conformidad con lo previsto en el Artículo 209 de la Constitución Política, la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación, la desconcentración de funciones y el adecuado cumplimiento de los fines del Estado, todo ello enmarcado en una actitud de servicio a la comunidad por parte de los Servidores Públicos, para el logro de la excelencia de la gestión.

Que el Programa Gobierno en línea, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, es el responsable de coordinar en la administración pública la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea; iniciativa del Gobierno Nacional que tiene por objetivo contribuir a la construcción de un Estado más eficiente, más transparente, más participativo y que preste mejores servicios a los ciudadanos y las empresas, mediante el aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Que de acuerdo con el Manual de Implementación del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano - MECI 1000:2005, la comunicación pública es el componente que apoya la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento del entramado de relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos; es decir la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyan el acercamiento de la entidad con sus públicos, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

Que la comunicación en las entidades, a su vez, tiene una dimensión estratégica al ser el factor que hace posible que las personas puedan asociarse para lograr objetivos comunes y que reconocer este principio tiene implicaciones importantes porque determina que la dimensión comunicativa permea de manera sistémica toda acción organizativa de donde se advierte que las entidades públicas deben identificar y reconocer su práctica comunicativa, como un eje que defina y gestione la proyección de su identidad e imagen corporativa, caracterice y regula sus interacciones con los grupos de interés de la entidad pública e intervenga la cultura organizacional para generar coherencia interna.

Que por lo anterior se hace necesario definir una política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

Que en mérito de lo expuesto resuelve,

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

*HEA
GAH*

03 JUN 2014



Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

005342

Página 2 de 29

Resolución No.

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

RESUELVE:

**Capítulo I
Políticas y lineamientos generales**

Artículo 1. Política. La comunicación organizacional es un componente de control en la UNAD que orienta la difusión de políticas y la información generada en su interior para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca su accionar. Este elemento debe convocar a los servidores en torno a una imagen corporativa que comprenda una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público, con lo cual contribuya al fortalecimiento del clima laboral.

Parágrafo: Teniendo en cuenta los elementos de control diseñados e implementados, dentro del Modelo Estándar de Control Interno –MECI–, la Universidad, a través de su Oficina de Control Interno debe revisar el proceso de comunicación para articular las acciones y esfuerzos de sus servidores con los propósitos misionales.

Artículo 2. Lineamientos. Dentro de la estructura comunicacional de la Universidad deberán atenderse los siguientes lineamientos, por parte de toda la comunidad universitaria:

- a) La comunicación al interior de los equipos de trabajo de cada proceso del Sistema de Gestión de Calidad debe asegurar que con la ejecución de las actividades sea posible alcanzar objetivos medibles.
- b) La identificación de las características, especificaciones y requisitos de los productos y/o servicios de los procesos, se debe socializar y comunicar a los diferentes integrantes de los equipos de trabajo para que se genere una conciencia colectiva alrededor de los objetivos misionales.

Artículo 3. Políticas tecnológicas. La Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico se encarga de expedir las políticas, resoluciones e instructivos necesarios para la adecuada prestación de los servicios comunicacionales y su uso por parte del usuario, tales como: Instructivo de credenciales de usuario (incluye correo electrónico), desarrollo de software, Política de Seguridad de la Información, Políticas de uso de la SAN (almacenamiento de información), así como futuros lineamientos que sean identificados para cubrir necesidades futuras.

Artículo 4. Política de Comunicación. La política de comunicación de la Universidad tendrá como propósito principal dar a conocer a todos los ciudadanos, los servicios implementados y los cambios realizados; los espacios de participación, la oferta de información disponible en el sitio web, y, los conjuntos de Datos Abiertos disponibles.

**Capítulo II
Estructura comunicacional**

Artículo 5. Comunicación Informativa. En el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano - MECI 1000:2005, la comunicación informativa se define como un elemento de control

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

03 JUN 2014

Resolución No. 00 53 4 2

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

que garantiza la difusión de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.

Con la comunicación informativa la Universidad garantizará que efectivamente sus prácticas de interacción con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza, mediante la definición de políticas de comunicación y la formulación de parámetros que orienten el manejo de la información.

Artículo 6. Planeación de la comunicación Informativa. La planeación de la comunicación informativa debe trabajarse como un eje estratégico transversal a la estructura organizacional con el fin de darle cumplimiento al principio constitucional de publicidad.

En este sentido, el concepto de la comunicación en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) se entenderá como algo inherente a la cultura organizacional, y no solamente como una práctica focalizada de manera exclusiva en la difusión de mensajes informativos, sino también como una forma concreta que expresa la cotidianidad de la cultura de la entidad.

El manejo de la información de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) hacia la ciudadanía y las partes interesadas dependerá de la implementación de diversos mecanismos y estrategias que faciliten el acceso a la información sobre deberes y derechos de los ciudadanos y los servicios a los que puede acceder en su relación con la entidad. Estos son:

- a) **Publicación de programas y proyectos.** La Universidad, a través de la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas, deberá publicar los programas y proyectos a desarrollar, publicitar documentos de interés, difundir información sobre contratos, realizar campañas de comunicación con sus usuarios y garantizar el uso de mecanismos legales para ejercer el derecho a la participación ciudadana.
- b) **Publicación de la planeación estratégica.** La Universidad, a través de la Oficina Asesora de Planeación y la Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario debe hacer pública su planeación estratégica y rendición de cuentas, por medio de canales, foros, chats, redes sociales, mensajes de texto, blogs, entre otros. Sobre las respuestas y opiniones recibidas por los usuarios, la entidad analiza las propuestas y define su aplicabilidad, con la debida realimentación.

Capítulo III
Medios de comunicación en la UNAD

Artículo 7. Medios de comunicación. Los medios de comunicación en la Universidad son elementos de control que se constituye por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la Universidad, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

Artículo 8. Plan de medios de comunicación. La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), en concordancia con el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano -que invoca al plan de medios como la instancia que define los medios de comunicación de carácter permanente para que la ciudadanía y partes interesadas conozcan lo que se planea y se ejecuta, y puedan realizar el seguimiento correspondiente y que, además, permiten la necesaria realimentación que genere unidad de criterio, de convicción o de mejoramiento, si es del caso-, establece medios de comunicación propios, relaciones con medios externos, públicos de interés y objetivos de comunicación.

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

AFM
6/11/14

03 JUN 2014

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Artículo 9. Medios de comunicación propios. Los medios de comunicación propios de la UNAD son: Portal institucional, UNAD Noticias, Redes sociales, Intranet, Radio UNAD Virtual, Canal UNAD, Sistema Web Conference, Televisión abierta, Aplicaciones móviles y Circulares internas.

Artículo 10. Portal institucional. El sitio web de la UNAD es considerado uno de los medios de comunicación de mayor impacto e importancia para la Institución y, a través de su política editorial, promueve los criterios para que sea utilizado eficientemente y de manera transversal en todas las unidades.

El criterio editorial y de publicación de información en el sitio web de la UNAD se fundamenta en los estándares en contenido, usabilidad, accesibilidad y seguridad que reposan en la "Política editorial para la publicación de contenidos en el sitio web oficial", disponible en la sección de información al ciudadano del sitio www.unad.edu.co.

Artículo 10.1. Estándares de contenido. El portal institucional www.unad.edu.co y demás sitios web de la Universidad, deben consignar información acorde a las necesidades de los usuarios, disponible en manera precisa, homogénea en forma entre todas las secciones, adaptada al contexto digital y con respeto a las normas en derechos de autor. Para tal fin, sin excepción, deben cumplirse las siguientes condiciones:

Artículo 10.1.1. Emplear un discurso digital. El discurso digital hace referencia a considerar la pantalla como interfaz de lectura diferente al papel y al hecho de redactar de manera concisa y, siempre, en función de los intereses del grupo objetivo al cual se dirige la información. Esto se traduce en:

- a) Organizar contenidos en porciones pequeñas de información.
- b) Reconocer los criterios de publicación de contenidos: proximidad, universalidad, concreción, contenido basado en usuario y redacción para la web.
- c) Utilizar títulos directos y evitar ambigüedades.
- d) Publicar artículos con esquemas de redacción en pirámide invertida.
- e) Evitar siglas y tecnicismos que sólo se comprendan en el ámbito interno, sin dar la debida explicación de las mismas u ofrecer un contexto. Por ejemplo VIDER, GAF, VIMEP, OPLAN, entre otros.
- f) Ser específico en el uso de enlaces y evitar las expresiones: "clic aquí", "ver más".

Artículo 10.1.2. Excluir la publicación de patrocinadores comerciales. Se prohíbe la publicación de cualquier imagen, logo o información de carácter comercial que persiga fines de lucro, excepto en el caso de grupos de estudiantes, egresados u organizaciones con algún vínculo de patrocinio o convenio con la UNAD. Si es así, debe vincularse a una sección en la cual converjan más entidades, de tal forma que no sobresalga o privilegie una en concreto. Por ejemplo los convenios de financiación de matrículas <http://estudios.unad.edu.co/financiacion>.

Artículo 10.1.3. No incluir contenidos con derechos de autor. Todo el material escrito, visual, gráfico, audiovisual o sonoro que se publique, debe cumplir con la normatividad de derechos de autor establecidas por leyes colombianas e internacionales, teniendo en cuenta los siguientes lineamientos:

- a) La UNAD no se hace responsable por el material que sea publicado sin los debidos permisos y autorizaciones por escrito de sus propietarios, autores, apoderados, o similares, donde rechacen el cobro de beneficios, regalías, honorarios, sueldos, estipendios, entre otros, sobre sus obras. Si un servidor de la UNAD, delegado para publicación de información en el portal,

03 JUN 2014

Página 5 de 29

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

infringe las normas anteriormente mencionadas, la responsabilidad recaerá exclusivamente sobre él, y será acreedor a las investigaciones de ley y las establecidas por la UNAD.

- b) La UNAD no acepta ni se responsabiliza por material que deba pagar regalías, permisos, dividendos, lucro o similares en cuyo caso los gastos en que se incurra, correrán a cargo exclusivo de la persona responsable del diseño y publicación de la información.
- c) Todo material publicado y/o desarrollado para el sitio, debe ser realizado con software de código abierto (open source), GNU y Software libre, o en su defecto, con software debidamente registrado y licenciado por la UNAD, a través de la Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Artículo 10.1.4. Racionalizar uso de herramientas web 2.0 y recursos didácticos. Las herramientas didácticas web 2.0 como blogs, webquest, wikis, podcasts, portafolios, entre otros, para propósitos académicos, deben ser vinculadas, preferiblemente, como soporte de los cursos virtuales del Campus Virtual, no como información institucional del sitio web de la UNAD. Si en algún momento, uno de estos recursos merece ser divulgado en el portal institucional, por el interés que estos despiertan en los usuarios finales, diferentes a los estudiantes, se debe relacionar una sinopsis o descripción de éstos, con un enlace externo.

Parágrafo. El recurso publicado, así como el control sobre la actualización y el licenciamiento (derechos de autor respectivos), es responsabilidad de la unidad o dependencia que ha decidido publicarlo.

Artículo 10.1.5. Identificar los casos de uso ilegal de contenido y abstenerse de publicarlo. Los encargados de publicar contenidos en la página de la Universidad deberán atender los siguientes lineamientos:

- a) No publicar información relacionada con ilegalidad en actividades como distribución no autorizada o copia de software sin licencia, uso de marcas registradas sin permiso, acoso, fraude, tráfico de material obsceno, entre otros.
- b) Se prohíbe publicar la transmisión, distribución o almacenamiento de material que infrinja cualquier ley o regulación de la UNAD, la Constitución Nacional, el Código de Policía y demás códigos aplicables, o protegido por derechos de autor.
- c) Se prohíbe divulgar la marca registrada, el secreto comercial y derechos de propiedad intelectual usada sin la autorización apropiada del autor o propietario, así como material obsceno o difamatorio que constituya una amenaza legal para la UNAD, o que vulnere leyes de control nacionales e internacionales.

Artículo 10.2. Estándar de accesibilidad. El sitio web de la Universidad debe responder a las necesidades de usuarios con discapacidades físicas. De igual manera, es consciente de la responsabilidad acerca de facilitar la consulta de información a través de diferentes dispositivos. Esto, se traduce en dos condiciones puntuales:

Artículo 10.2.1. Uso prohibido de animaciones en flash. Los contenidos no deben publicarse en Flash. De hacerse, muchos usuarios se privan de consultar la información porque este formato no es usable para personas con discapacidad visual, no es rastreable por motores de búsqueda si no se relacionan correctamente los metadatos y no pueden actualizarse fácilmente si no se tienen los archivos fuente. Además, se trata de un formato que algunos dispositivos móviles no descargan si no tienen instalado el plugin adecuado.

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co
Bogotá, D.C., Colombia

RP
6/14

Resolución No.

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Artículo 10.2.2. Uso correcto de imágenes, documentos de descarga y recursos audiovisuales. Toda imagen debe contar con las etiquetas de descripción respectivas. En tal sentido quedan prohibidas las siguientes prácticas:

- Publicar texto en imágenes, sin metadatos y sin ofrecer una alternativa que describa el contenido.
- Publicar imágenes sin título o descripción.
- Los videos y piezas de audio, se deben embeber desde los canales oficiales –Canal UNAD y Radio UNAD Virtual-. Si se requiere vincular un material audiovisual a una página específica, debe hacerse la solicitud a webmaster@unad.edu.co y, tras evaluar la pertinencia temática y desarrollo técnico, se procederá conforme al requerimiento. Por ningún motivo se deben incrustar videos o audios a sitios web de plataformas o canales diferentes a los expuestos.
- Publicar información que se mueva, parpadee o desplace por más de cinco segundos.
- Publicar imágenes cuyo peso exceda de 1 MB.

Por su parte las siguientes directrices deberán atenderse incondicionalmente:

- Los archivos para descarga, deben ser etiquetados, ubicados dentro de una sección y una categoría, y especificar descripción del contenido y palabras clave.
- Los archivos para descarga deben estar en formato accesible (PDF). Se debe evitar el uso de archivos en formato Word, Excel, txt, para evitar alteración de contenidos.
- Los gráficos deben ser de formato y extensiones livianos, siendo recomendable utilizar imágenes de tipo JPG o PNG.
- El uso de logos, fuentes y colores debe ser de acuerdo con lo estipulado en el manual de identidad institucional, es obligatorio.
- El contenido audiovisual, así como piezas gráficas almacenadas en módulos que rotan, deben poder detenerse, adelantarse y retroceder.

Artículo 10.3. Estándar de seguridad. El sitio web de la UNAD publica información institucional de gran valor educativo, cultural y social, y los datos de los diferentes actores que intervienen en su origen y decantación, así como sus usuarios, son confidenciales a no ser que oficialmente se estipulen excepciones. La infraestructura tecnológica dispuesta es un bien social que debe preservarse en función de las necesidades del ciudadano. En tal virtud, se deben considerar los siguientes postulados:

Artículo 10.3.1. Usar exclusivamente los servidores oficiales. No se debe publicar información institucional en servidores de internet gratuito o no institucional, que esté fuera del control de la Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Artículo 10.3.2. Restringir el uso de aplicaciones, extensiones, software gratuito y extensiones. La instalación de plantillas y componentes para la gestión de los contenidos del sitio web de la UNAD, es competencia y responsabilidad de la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas, como mecanismo de conservación de la imagen y seguridad en aspectos de ataque al administrador de contenidos. Si una dependencia o unidad requiere la instalación de un componente específico, debe hacer la respectiva solicitud a través del correo electrónico webmaster@unad.edu.co y referenciar las necesidades y el lugar donde puede descargarse para hacer la respectiva evaluación y determinar su pertinencia.

10 3 JUN 2014

Resolución No.

00 53 4 2

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Parágrafo 1. No es permitido publicar información institucional en aplicaciones gratuitas, debido a la generación de publicidad no institucional que estos servicios generan y a la pérdida de la imagen corporativa. Lo anterior, de acuerdo con la normatividad interna institucional y los lineamientos del Estado Colombiano sobre estándares del sitio web.

Parágrafo 2. Si se detecta que alguna información de carácter institucional ha sido publicada en un servidor diferente a los establecidos de la UNAD, se le solicitará a la unidad responsable para que desaloje los contenidos respectivos y los migre a las instancias que la Institución ha definido; del mismo modo, acarreará con las responsabilidades de tipo jurídico, tecnológico y administrativas derivadas de tal acción.

Artículo 10.4. Estándar de usabilidad. Los sitios web de la UNAD deben ser intuitivos y ofrecer diferentes herramientas para orientar al usuario. La navegación entre las diferentes secciones y páginas debe ser lo más clara posible y uniforme para que cualquier visitante comprenda qué tipo de información está consultando y entienda que siempre proviene de la misma institución. Esto se traduce en las siguientes condiciones.

Artículo 10.4.1. Emplear la navegación secundaria. Todo sitio cuenta con un menú principal que presenta las secciones principales; y un menú de contexto, que lista los elementos que corresponden a cada sección.

El menú principal siempre se debe ubicar en la parte superior de la pantalla; y el de contexto, a la izquierda. Los botones, en caso de ser necesario, se ubicarán en la columna derecha.

Artículo 10.4.2. Utilizar únicamente las plantillas establecidas. Para dar cohesión y homogeneidad entre las diferentes páginas que hacen parte del sitio web de la UNAD, se han establecido plantillas que no deben alterarse ni reemplazarse. Así mismo, los estilos (tamaños de textos, colores de títulos, vista de hipervínculos, paletas para los menús, entre otros) no deben editarse por ningún motivo.

Artículo 10.4.3. Evitar duplicación e inconsistencias de información. Usar los dominios oficiales: la UNAD, como entidad gubernamental del sector educativo, en el estándar de dominio debe tener el formato .edu.co (www.unad.edu.co). Por tanto las unidades o proyectos institucionales deben guardar tal semántica. Así mismo, es de carácter obligatorio el empleo de la navegación constante (usar –sin excepción alguna- la barra de navegación superior, la barra de navegación secundaria y el footer o pie de página estipulados).

Artículo 10.4.4. Utilizar únicamente el logo institucional de la UNAD. Los usuarios internos del portal (administradores, subadministradores, editores, publicadores), están obligados a utilizar la imagen digital, contemplada en el manual de identidad institucional disponible en el repositorio de documentos de la Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario.

Parágrafo. Solo es válido emplear el logo de la UNAD; es decir, ninguna dependencia puede emplear logos particulares para proyectos u oficinas, a excepción de Canal UNAD y Radio UNAD Virtual, que fueron registrados como marca, y aquellos que queden registrados a futuro.

Artículo 11. UNAD Noticias. Es un medio digital – web- que consigna la producción informativa de las diferentes unidades y zonas que conforman la UNAD. Está organizado por diferentes categorías de información, a saber:

- a) **Academia:** Información relacionada con hechos sobre avances en investigación, tecnología eventos académicos, convenios académicos y novedades con respecto a oferta académica.

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

AFH
5/10/14

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

- b) **Cultura:** Aspectos destacados con respecto a comunidades y etnias; expresiones artísticas, musicales y literarias, entre otros.
- c) **Deportes:** Eventos o noticias relacionadas con acontecimientos deportivos y recreativos.
- d) **Información institucional:** Novedades que se registran en cuanto a dependencias de la UNAD, Sistema de Gestión de Calidad, relaciones con otras entidades a nivel nacional e internacional, convenios, membresías y noticias sobre procesos o actividades de funcionarios.
- e) **Tecnología:** Aspectos destacados sobre iniciativas de miembros de la comunidad unadista acerca de desarrollo tecnológico, ciencia e investigación, así como convocatorias, eventos y convenios que beneficien sectores sociales a través de las TIC, la innovación tecnopedagógica y últimas tendencias nacionales e internacionales sobre un campo de estudio.

Parágrafo. La difusión de la información se presenta a través de diversos formatos; todos ellos se distribuyen en un mismo espacio con el fin de aprovechar la convergencia de la web. De esta manera, desde el sitio noticias.unad.edu.co se proyectan contenidos en texto e imagen (UNAD Noticias); video (UNAD Noticias TV); y Radio (UNAD Noticias Radio).

Artículo 12. Redes sociales. Las redes sociales se deben entender como un elemento fundamental en la estrategia de comunicación de la Universidad y un eje de participación ciudadana. A continuación se describen las directrices que sobre el tema aplican para la UNAD.

Para la UNAD, se consideran como oficiales, exclusivamente las siguientes redes sociales:

- a) Facebook: <https://www.facebook.com/universidadnacionalabiertayadistancia> (administrada por la Vicerrectoría de Servicios a Esudiantes, Aspirantes y Egresados),
- b) Twitter: @UniversidadUNAD (administrada por la Vicerrectoría de Servicios a Esudiantes, Aspirantes y Egresados),
- c) Youtube: www.youtube.com/universidadunad (Administrada por la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas),
- d) UNAD Social: <http://social.unad.edu.co/> (Administrada por la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas).

Parágrafo. En tal sentido, todas aquellas redes sociales que se generen a nombre de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), diferentes a las mencionadas, deben ser eliminadas y no se considerarán oficiales. Así mismo, las responsabilidades por la publicación de información en estos canales no oficiales, recaerán únicamente a sus administradores.

Artículo 12.1. Objetivos. Los objetivos de las redes sociales de la UNAD son:

- a) Generar Participación: los usuarios podrán opinar sobre los temas que son de su interés, compartir información y generar debate. Las conversaciones que se generan en Twitter o Facebook pueden mejorar la reputación digital de una entidad, así como impactar en mayor medida a quienes se vinculen.
- b) El proceso de formación de opinión: desde cualquier punto de vista, es multidimensional por naturaleza e incluye puntos de contacto dentro y fuera de la red, en las diferentes situaciones sociales que engloban la participación activa de los ciudadanos de distintas clases sociales y franjas etarias.

10 3 JUN 2014

Resolución No. 00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Artículo 12.2. Lineamientos generales. Los lineamientos generales para la utilización de las redes sociales de la UNAD son:

- a) Lineamientos editoriales: "Ser simple" no puede confundirse con transmitir información por la mitad o utilizando un tipo de lenguaje excesivamente íntimo con el usuario. Más allá de estar en una red social, se debe comprender que el emisor oficial de la información es el Gobierno, y que la mera forma con que se publica el contenido interfiere con su credibilidad.
- b) Discursos recomendados: Por naturaleza, la comunicación gubernamental involucra a un gran conjunto de públicos, lo que incluye los perfiles más diversos, tanto en asuntos sociales como políticos, incluso las propias motivaciones para obtener y propagar una información determinada. Estas características generalmente desembocan en una cultura más fría e impersonal, que se debe modificar; y nada más práctico que promover ese cambio partiendo del propio Gobierno, que debe encarar las redes sociales como una oportunidad inigualable para acercarse al ciudadano. Sin embargo, se deben tener algunos cuidados para garantizar el éxito del mensaje, lo que lleva a las siguientes indicaciones:

Artículo 12.2.1. Indicaciones generales al momento de publicar un texto en una red social de la Universidad:

- a) Tono oficial: la credibilidad que el Gobierno carga trae consigo un tono más coherente, sólido y que se debe mantener. Todos los documentos, hechos y publicaciones, de una manera general, necesitan tener este carácter oficial y sólido. En otras palabras, todo lo que aparezca en los perfiles oficiales, sean cuales fueren las redes, se debe considerar como una verdad irrefutable (a no ser que se indique como contenido enviado por el usuario).
- b) Proximidad: de otro lado, no se debe trabajar con un vocabulario excesivamente formal y burocrático. Por naturaleza, una red social debe aproximar a las personas y no provocarles miedo a participar. El contenido de cada uno de los perfiles gubernamentales debe realizarse para el usuario común, evitando términos inherentes al lenguaje jurídico, duro. No se trata solo de "preservar la sabiduría que emana del Gobierno", sino también de darle un buen uso, de colocarla a disposición de sus mayores interesados: los ciudadanos. Para ello, naturalmente, ellos necesitan entender cada paso y cada porción de contenido de manera clara.

Artículo 12.2.2. Prácticas recomendadas al momento de publicar un texto en una red social de la Universidad:

- a) Moderar los comentarios negativos de los usuarios solo cuando las críticas contengan insultos personales a empleados o clientes. En caso contrario, mantener los comentarios visibles y, en la medida de lo posible, responderlos.
- b) Invitar a los usuarios con problemas a mantener una conversación privada, con el fin de resolver cada una de sus preguntas fuera de los ambientes públicos.
- c) Siempre agradecer la participación, con una postura educada y evitando utilizar todo tipo de tono jurídico.
- d) Si se está equivocado, pedir disculpas.
- e) Siempre agradecer las críticas, sugerencias y comentarios.

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

AKB
6/12

Resolución No.

00 5342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Artículo 12.2.3. Redacción en Redes sociales generales (Twitter y Facebook). La extensión máxima será de 110 caracteres, para permitir que los usuarios tengan espacio para realizar "RTs – retweets" (en el caso de Twitter) y que el intercambio sea más eficaz.

Las publicaciones en Twitter siempre deben contener enlaces para ver más información sobre el contenido.

Las publicaciones en Facebook siempre deben contener algún complemento, preferentemente imágenes y, en el caso del uso de textos puros, evitar también sobrepasar los 110 caracteres para que el texto no sea cortado automáticamente por la plataforma y se elimine la posibilidad de llamar la atención de los usuarios.

Artículo 12.2.4. Gestión comunicativa. No referirse en términos difamadores, insultantes, racistas, hacia alguna entidad pública o privada, persona perteneciente a alguna comunidad indígena o afrodescendiente; ni tampoco hacia una religión o sexo, que incentive cualquier forma de violencia o discriminación.

Los comentarios tipo "SPAM" y con contenido publicitario, podrán ser borrados, con el fin de estimular la participación en temas de interés general y no particular.

Los comentarios que infrinjan estas normas, podrán ser borrados para salvaguardar la honra y el respeto de los miembros de esta comunidad, en este espacio de participación e interacción: directa, transparente y constructiva, en la relación: "Ciudadano – Gobierno - Ciudadano".

La cuenta de Twitter y Youtube también deben ser únicas: @UniversidadUNAD y universidadunad, respectivamente. No deben existir cuentas regionales como: @UnadZcori @UNADCEADPOPAYAN, entre otros. Lo que debe hacerse es centralizar la comunicación en las redes oficiales, así sean de impacto regional o local, mediante la asignación de perfiles de administración con los cuales sea posible publicar en grupos que estén adheridos a la cuenta principal.

Artículo 12.2.5. Recomendaciones generales para la participación en Twitter.

- a) El uso de Twitter debe alinearse con la estrategia de comunicación de la entidad.
- b) Las respuestas que la UNAD transmite a sus usuarios a través de este medio deben ser inmediatas y de máximo un día después. Un comentario ignorado genera mala percepción de la entidad.
- c) Los contenidos enlazados en los trinos o "tweets" deben ser monitoreados para conocer y evaluar el impacto en los usuarios.
- d) Se deben utilizar herramientas para reducir la extensión de caracteres de un enlace de Internet y generar estadísticas sobre el número de personas que accedieron a él. La más útil para este fin Bit.ly.
- e) El administrador de una cuenta @UniversidadUNAD no debe limitarse a la publicación de contenidos. Debe monitorear y presentar informes periódicos a la Vicerrectoría de Atención a Aspirantes, Estudiantes y Egresados sobre las principales tendencias, temas de debate y solicitudes de los usuarios, así como los perfiles de los interlocutores.
- f) Como estrategia para generar comunidades y redes, se deben crear "hashtags" Estas son categorías con los cuales se identifica un conjunto de trinos o "tweets" bajo una misma temática (por ejemplo, #DiaDeLaMujer, #BuenGobierno, #OrgulloUnadista, entre otros). Así mismo,

Resolución No. 100 53 4 2

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

estos "hashtags" se deben utilizar para el cubrimiento de eventos en tiempo real de relevancia para la institución (por ejemplo #BalancesocialUNAD).

- g) Para la transmisión de eventos en vivo por *video streaming* la herramienta que debe utilizarse es Twitcam.
- h) Para invitar usuarios a la cuenta @UniversidadUNAD se debe generar un mapa de personas cercanas al sector de la entidad y seguirlos. Estos usuarios pueden convertirse en importantes validadores y difusores de los contenidos que publique la entidad, así como en motores de debate y discusión. Nunca se deben invitar usuarios que no se relacionen con el quehacer de la UNAD
- i) Se prohíbe relacionar las cuentas personales con la oficial @UniversidadUNAD.
- j) Se debe cuidar la relación de las cuentas institucionales con aquellas de los funcionarios de alto nivel de la misma o de otras entidades. Si bien es necesario promover los contenidos que ellos publican (principalmente a través de "retweets"), el abuso de esta estrategia puede ser nociva para la institución.
- k) Si se presentan escenarios de crisis, entendidos como un gran número de mensajes altamente negativos para la institución, como lo pueden ser las amenazas, improperios, tergiversaciones o calumnias, el administrador de la cuenta @UniversidadUNAD debe informar la situación a la Vicerrectoría de Atención a Aspirantes, Estudiantes y Egresados con el fin de establecer protocolos para mitigar los riesgos o resolver la situación.
- l) Avatar y fondo del perfil: la cuenta @UniversidadUNAD, debe destacarse con un avatar e imagen que identifique la marca de la Institución. Ambos recursos requieren una buena resolución y con texto legible.

Artículo 12.2.6. Alcance de UNAD Social. Es una red social cuyo objetivo es generar sinergia entre todos los estamentos de la Universidad, además de pertenencia y comunidad en torno al quehacer académico, humano e institucional, y con el ánimo de hacer partícipes a individuos que deseen generar sanos debates o construir conocimiento. Se libera a través de Joomsocial: extensión, del reconocido CMS Joomla, orientada a administrar redes sociales. Tiene características y potencialidades similares a Facebook y usualmente se concibe para cohesionar públicos internos de una gran organización.

Parágrafo. El propósito de esta red es establecer un canal oficial de socialización académica e institucional. Como tal, responde por lineamientos en cuanto a imagen corporativa y etiqueta, de similares repercusiones a la Política Editorial Web de la UNAD; es por ello que sus usuarios deben cumplir con un código de conducta específico y en consecuencia:

- a) No se admiten usuarios con nombres de usuario o avatares ofensivos; éstos pueden ser bloqueados sin previo aviso. Si el usuario necesita cambiar su nombre de usuario, puede hacerlo mediante solicitud a través del formulario de Contacto.
- b) Todo contenido considerado fuera de las normas de conducta para la red, puede ser eliminado o modificado sin previo aviso.
- c) El spam no será tolerado y da lugar a la eliminación del usuario de forma inmediata.
- d) Si un usuario, comprueba que algún contenido viola las normas de respeto individuales o de contenido en la red, y cree conveniente avisar a un moderador, puede usar el vínculo Denunciar usuario
- e) Lenguaje soez u ofensivo será absolutamente inadmisibles y quienes lo promuevan serán censurados, e incluso, excluidos.

HCP
GMA

Resolución No.

00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

- f) Debe evitarse el uso de mayúsculas sostenidas, pues se interpreta como alevosía o exceso de emotividad. El mal uso del sistema de mensajes privados, pueden llevar a que la cuenta de usuario sea bloqueada o eliminada. Esto se refiere al envío de spam o reporte de otros usuarios sobre mensajes ofensivos.

Artículo 13. Intranet. Es un espacio dispuesto en la red que facilita los procesos comunicacionales internos de forma sistémica. Está conformado por categorías asociadas a aplicaciones de apoyo administrativo y de gestión, herramientas de participación, información de apoyo, sitios de interés y noticias. La administración del espacio será a cargo de la Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico, en cuanto a la publicación de aplicaciones; y de la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas, en lo referente a noticias y sitios de interés.

Artículo 14. Radio UNAD Virtual. Es una emisora que se transmite por la Internet, y que propone un ambiente virtual de encuentro y emisión donde lo nacional y global tiene cabida en cada una de sus franjas. Sus contenidos informativos, culturales, científicos, investigativos y formativos, son parte de su programación habitual dirigida a la comunidad universitaria y público en general.

Trabaja de manera reticular en el ámbito nacional con la participación de todas las zonas y que promueve la comunicación organizacional y la comunicación informativa como parte de su objeto misional. Es un espacio que administra la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas.

Artículo 15. Canal UNAD. Se posiciona como un espacio interactivo de emisión y transmisión audiovisual de carácter educativo, cultural e institucional que opera a través de la Internet para la comunidad universitaria y el público en general.

Su oferta de contenidos se compone por realizaciones televisivas, videos educativos, investigativos, culturales, informativo, así como transmisiones en vivo, que permiten diversificar contenidos a nivel local, nacional e internacional. Es un espacio administrado por la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas.

Artículo 16. Sistema Web Conference. Es un sistema que facilita la interacción e interrelación entre áreas misionales o de gestión, habilitado para la comunidad universitaria con el propósito de dinamizar procesos organizacionales, administrativos o formativos. Permite interconectar, desde cualquier lugar, a grupos de 100 personas de forma simultánea vía internet. Es un sistema administrado y supervisado por la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas.

Artículo 17. Televisión abierta. La producción televisiva institucional se concentra en la realización de tres programas que se emiten por canal institucional y son:

- a) **UNAD Educación y Desarrollo Humano:** Es un programa tipo panel que aborda temas socioculturales, políticos, económicos, científicos e investigativos contenidos de alto impacto desde y hacia el sector educativo. En cada emisión, el programa proyecta las políticas de estado y su participación como institución en el planteamiento de alternativas de solución a la problemática nacional o internacional soportada en expertos.
- b) **UNAD Ciencia y Tecnología:** Es un magazín Institucional, cuyo objetivo es acercar la ciencia y la tecnología desde lo educativo, pedagógico y divertido a los jóvenes y televidentes en general, interesados en comprender y ampliar sus conocimientos sobre lo que acontece a nivel global desde lo científico y tecnológico.

03 JUN 2014

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

- c) **UNAD Olor a Región:** Es un magazín institucional, circunscrito dentro del género de televisión educativa, que difunde el trabajo productivo de estudiantes en las diversas regiones del país. Es un espacio donde la UNAD muestra al mundo la importancia de trabajar en concordancia con las comunidades y las regiones de Colombia.

Artículo 18. Aplicaciones móviles. La UNAD, a través de la utilización de dispositivos móviles, hace presencia institucional al lograr distribuir y divulgar información y servicios de interés. Existe un espacio, en el sitio web de la UNAD, en el cual se presentan las aplicaciones, desarrolladas con fines formativos y educativos, desde donde los usuarios pueden efectuar las respectivas descargas.

Artículo 19. Circulares internas. La Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico es la encargada de establecer los lineamientos para el uso del correo institucional, así como el manejo, administración, distribución y protección de la información, desde la Política de Seguridad de la Información de la UNAD; documento que debe considerarse en todo acto comunicativo al interior y exterior de la organización.

La distribución de circulares para servidores públicos y docentes será a través del dominio nombre@unad.edu.co; y para los estudiantes, nombre@unadvirtual.edu.co. El contenido transmitido a través de las circulares, es responsabilidad el emisor y debe cumplir con los siguientes lineamientos:

- a) Definir el asunto de manera precisa y comprensible para quienes van a recibir el mensaje.
- b) Enviar circulares únicamente a los grupos de interés a los cuales se debe dirigir.
- c) Abstenerse de enviar información política, religiosa o de carácter comercial.
- d) Evitar remitir archivos adjuntos que superen 4MB.

El envío masivo de circulares se solicitará a la Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico utilizando el formato que esta Gerencia ha establecido para tal fin.

Capítulo VI

Relaciones externas y medios masivos de comunicación en la UNAD

Artículo 20. Relaciones externas. La Gerencia de Relaciones Interinstitucionales es la unidad que establece el direccionamiento estratégico en cuanto la identidad y comunicación institucional desde el concepto de marca. Para ello, esta dependencia:

- a) Socializa los lineamientos en identidad visual (Manual de Imagen Institucional)
- b) Dictamina las estrategias para BTL (*Bellow the Line*), en inglés, con las cuales proyecta estrategias no masivas de comunicación dirigidas a segmentos de mercado específicos (alianzas y convenios de cooperación).
- c) Establece las relaciones con los medios de comunicación masivos.
- d) Define el protocolo para la realización de eventos institucionales.

Artículo 21. Medios masivos de comunicación. Con el fin de proyectar positivamente la imagen de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y generar una mayor recordación, como una organización líder, que demuestra su compromiso con la sociedad mediante la acción pedagógica en ambientes virtuales, el desarrollo regional, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las

AM
6/14

Resolución No.

00 5342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

innovaciones metodológicas y didácticas, se debe enviar información a los medios masivos de comunicación tales como la prensa, la radio, la televisión y la internet (locales, regionales y nacionales).

Artículo 21.1. Comunicados de prensa. Las noticias de relevancia nacional de la UNAD, deben enviarse en comunicados de prensa, a los medios masivos de comunicación, para que los contemplen y publiquen en su parrilla de información. Como consideraciones generales al respecto se resaltan:

- a) La remisión de comunicados de prensa no significa que las noticias siempre vayan a ser publicadas.
- b) El comunicado de prensa que se emite siempre debe tener los logos de la UNAD y los de calidad, según el formato de comunicación escrita definido en el Manual de Identidad Institucional.
- c) Una vez llevado o enviado el comunicado al medio, se debe hacer un seguimiento con el periodista y concretar la entrevista o enviar el material de apoyo para la nota.
- d) Si se concreta una entrevista, el vocero autorizado para dar declaraciones a los medios masivos de comunicación es, en primera instancia, el Rector. De no poder dar la entrevista, se remite al Secretario General o a los Vicerrectores (según el tema a tratar); y en caso que ellos no estuvieran disponibles, los Directores de Zona o Decanos podrían ser los voceros.
- e) Si la entrevista se hace en las instalaciones del periódico, canal o emisora, la persona encargada de Comunicación Informativa, acompañará al vocero autorizado.

Capítulo V Públicos de interés de la UNAD

Artículo 22. Comunicación interna. La comunicación interna tiene como propósito establecer el conocimiento organizacional sobre la Institución con el fin de posibilitar a todos sus servidores públicos compartir experiencias e información, tomar decisiones con propósitos colectivos y convivir en el marco de sus criterios de actuación.

Artículo 22.1. Público interno. El público interno de la Universidad está compuesto por servidores públicos, contratistas y miembros del cuerpo académico.

Artículo 23. Comunicación externa. La comunicación externa es aquella que se dirige hacia sus públicos externos. Sus características son:

- a) De manera global, en tanto que necesita considerar los diferentes intereses y necesidades.
- b) Integrada, para que los mensajes sean coherentes unos con otros.
- c) Constante, con el fin de que mantenga rigurosidad, frecuencia y equilibrio en la información.
- d) Planificada, para que las acciones sean previstas y con un propósito; y,
- e) Honesta, en cuanto a la veracidad de la información y al reconocimiento de las dimensiones éticas de los mensajes que se transmitan.

Artículo 23.1. Públicos externos. El público externo está compuesto por:

- a) Aspirantes: Toda persona interesada en recibir o consultar información sobre los programas académicos que ofrece la UNAD.

03 JUN 2014

Resolución No.

00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

- b) Estudiantes: Toda persona que se encuentre matriculada cursando alguno de los programas académicos ofrecidos por la UNAD.
- c) Entidades públicas: Toda entidad del orden nacional, departamental o territorial que opera bajo los lineamientos de la estructura del Estado Colombiano.
- d) Entidades privadas: Toda organización de régimen privado que contribuye al desarrollo económico, social y productivo de Colombia.
- e) Egresados: Toda persona que culmina satisfactoriamente un programa académico ofrecido por la UNAD.
- f) Organismos de control: Se entienden como organismos de control lo que se determina en la Constitución Política de 1992, a saber: Procuraduría General de la Nación, Fiscalía General de la Nación y Contraloría General de la República.
- g) Gobierno: Para la UNAD, la relación con el Gobierno se establece con aquellas entidades públicas con las cuales intercambia información o reporta resultados de su gestión institucional. Por ejemplo: Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación, Departamento Administrativo de la Función Pública, Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado, entre otras.
- h) Público en general: Son todas aquellas personas naturales y jurídicas, que forman parte de la sociedad civil, que requieren algún intercambio de información con la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Capítulo VI

Objetivos específicos de la comunicación en la UNAD

Artículo 24. Objetivos específicos de la comunicación en la UNAD. Los objetivos específicos de la comunicación en la UNAD son: a) Brindar información precisa para efectos de inscripciones y matrícula; b) Facilitar la socialización de contenidos informativos, formativos, jurídicos y procedimentales en los contextos académico, pedagógico, tecnológico, comunitario y económico; c) Responder oportunamente las comunicaciones remitidas por todo individuo, que a título personal, interactúe directamente con la UNAD; d) Rendir cuentas sobre la gestión institucional; e) Fortalecer la imagen institucional; y, f) Fortalecer la interacción, interrelación y participación entre los diferentes servidores públicos de la UNAD.

Parágrafo: Cada uno de estos objetivos señalados, se traduce en actividades concretas que a continuación se presentan:

Artículo 24.1 Brindar información precisa para efectos de inscripciones y matrícula. Este objetivo se traduce en proporcionar las debidas orientaciones y ayudas sobre la oferta educativa en pregrados y posgrados y el procedimiento para las inscripciones y matrículas, con el siguiente detalle:

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
El Consejo Académico de la UNAD define el calendario académico vigente que consigna las fechas programadas para inscripciones y matrículas de pregrados y posgrados; y el	De manera permanente y con especial énfasis un mes antes y después de la apertura de cada periodo académico.	• Sitio web institucional • Canal UNAD • Radio UNAD Virtual • Chat en línea • Línea de atención telefónica	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

AM
6183

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Consejo Superior Universitario establece los costos asociados con las inscripciones, créditos académicos para los programas de pregrado y posgrado y demás trámites académicos, que se fijan cada año. La publicación de estas determinaciones se expresa en acuerdos que se consignan en el archivo de la Secretaría General, los cuales son de consulta pública. Por su parte, la Vicerrectoría Académica de Investigación desde sus Escuelas Académicas, provee información sobre los registros calificados de los programas académicos y el currículo de los mismos. A partir de estos insumos, la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas -a partir de las directrices del Manual 3.1 de Gobierno en Línea-, actualiza en el sitio web institucional la información relacionada con el proceso para las inscripciones y matrículas de cada vigencia lectiva, según el calendario académico y los costos establecidos, además de la oferta educativa vigente y otras consideraciones estimadas por la Oficina de Registro y Control y las estrategias comerciales que establece la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales con respecto a los convenios de financiación y descuentos de matrículas, las cuales son anunciadas también con asesorías personalizadas y de manera telefónica. De igual manera, la información en canales externos sobre el proceso de inscripciones y matrículas, así como de los programas ofertados, se provee de acuerdo con el plan de medios que orienta la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales; y se proporciona de manera	• Atención personalizada • Correo electrónico • Medios masivos de comunicación externos	
---	---	--

03 JUN 2014

Resolución No.

00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

personalizada a través de los canales de comunicación sincrónicos y asincrónicos que defina la Vicerrectoría de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados.			
--	--	--	--

Artículo 24.2 Facilitar la socialización de contenidos informativos, formativos, jurídicos y procedimentales en los contextos académico, pedagógico, tecnológico, comunitario y económico. Este objetivo se traduce en las siguientes actividades que, acto seguido, se describen en detalle:

- a) Socializar los proyectos, programas, oferta académica, alianzas, avances y resultados de la UNAD, relacionados con el desarrollo humano e inclusión social y educativa

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Vicerrectoría de Desarrollo Regional y Proyección Comunitaria, divulga y promueve diplomados, cursos, cátedras y el Programa de Alfabetización, Educación Básica y Media y Articulación con la Educación Superior. De igual manera, socializa los proyectos, alianzas y resultados de los sistemas que soportan el accionar de la UNAD en relación con las comunidades. La información respectiva, se publica en el portal institucional y en medios de difusión como Radio UNAD Virtual, y se complementa, cuando se requiera, a través de atención telefónica y de manera presencial.	• Al inicio de cada programa académico y durante la fase de matrículas, en el caso de la oferta en educación continua, educación básica y media y alfabetización. • Ocasionalmente, cada vez que se registran cambios en la oferta académica y el calendario o al socializar avances o novedades en proyección social y comunitaria. • Cada vez que el usuario solicita información	• Sitio web institucional • Canal UNAD • Radio UNAD Virtual • Chat en línea • Correo electrónico • Línea de atención telefónica • Atención personalizada	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados • Entidades públicas • Entidades privadas • Público en general

- b) Publicar información acerca del incentivo educativo para los estudiantes

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
El Consejo de cada Escuela Académica hace la selección de estudiantes que, de acuerdo con sus méritos académicos,	• Cada vez que se expidan los respectivos actos administrativos	• Sitio web institucional. • Correo electrónico.	• Estudiantes

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

ALY
6ct

Resolución No.

00 5342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

merecen ser beneficiados con incentivos educativos. La Secretaría General realiza los actos administrativos con los cuales se otorgan los respectivos incentivos y se comunican en el espacio web de esta unidad, con una copia que se emite al correo electrónico de cada estudiante. El estímulo entra en vigencia con la expedición de la respectiva resolución.			
---	--	--	--

c) Socializar los acuerdos del Consejo Superior Universitario y del Consejo Académico

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Cada vez que el Consejo Superior Universitario defina alguna política de índole académica, administrativa, financiera y de planeación institucional; o el Consejo Académico haga lo propio en atención al desarrollo académico institucional, se publican Acuerdos que son estructurados y divulgados por la Secretaría General, a través de circulares informativas internas y el sitio web oficial de la UNAD.	• Cada vez que se expida un Acuerdo	• Sitio web institucional • Correo electrónico institucional	• Estudiantes • Cuerpo académico • Servidores públicos • Egresados

d) Comunicar los actos administrativos emanados por la UNAD

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Los actos administrativos de la UNAD se radican a partir de resoluciones proyectadas por las unidades misionales, funcionales y operacionales. La Secretaría General aprueba, firma y numera los respectivos actos administrativos, los cuales entran en inmediata vigencia y se publican en el sitio web de la UNAD.	• Cada vez que se expida y enumere un Acto Administrativo	• Sitio web institucional • Correo electrónico institucional	• Estudiantes • Cuerpo académico • Servidores públicos • Egresados • Público en general

e) Informar a entidades del sector privado y público sobre invitaciones públicas

 "Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Cada vez que surge una necesidad de contratar de bienes y servicios cuya cuantía exceda los mil Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes (1.000 SMLMV), la Gerencia Administrativa y Financiera de la UNAD proyecta una Resolución de apertura de Invitación Pública, la cual recibe el Grupo Jurídico y de Contratación de la Secretaría General para la realización del respectivo trámite, hasta la adjudicación. El proceso que consta de cuatro fases (resolución de apertura de invitación pública; redacción de términos de referencia; evaluaciones técnica, jurídica y financiera; y adjudicación), se visibiliza a través del espacio web de la Secretaría General de la UNAD.	• Cada vez que se expida la apertura de una invitación pública • Cada vez que surja una información adicional sobre una invitación pública • Cada vez que se adjudica una invitación pública	• Sitio web institucional • Medios establecidos por el estado colombiano	• Sector público • Sector privado • Público en general

f) Informar a entidades del sector privado y público sobre convenios

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Vicerrectoría de Desarrollo Regional y Proyección Comunitaria, estima las condiciones para celebrar los convenios de carácter social a partir de un procedimiento orientado por su Mesa Técnica Dinamizadora de Convenios; y la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales establece las directrices para la concreción de convenios comerciales con entidades del sector financiero y, otros, de naturaleza operativa con otras organizaciones públicas o privadas para financiación o descuento de matrículas en programas académicos. La difusión de esta información se realiza a	• Permanentemente para orientar sobre las condiciones para establecer convenios interinstitucionales • Ocasionalmente cada vez que se firman convenios que benefician a un determinado sector • Cada vez que el usuario solicita información	• Sitio web institucional • Canal UNAD • Radio UNAD Virtual • Chat en línea • Correo electrónico • Línea de atención telefónica • Atención personalizada	• Sector público • Sector privado • Público en general

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

AFM
6/13

Resolución No.

00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

través del sitio web de la UNAD, de acuerdo con las orientaciones de la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas, en concordancia con criterios de usabilidad, accesibilidad y seguridad, establecidos en el Manual 3.1 de Gobierno en Línea; y se amplía, a través de canales sincrónicos y asincrónicos cuando así se requiera.			
--	--	--	--

Artículo 24.3. Responder oportunamente las comunicaciones remitidas por todo individuo, que a título personal, interactúe directamente con la UNAD. Este objetivo se traduce en las siguientes actividades que, acto seguido, se describen en detalle:

- a) Suministrar al usuario información institucional y realimentación veraz, exacta, precisa, clara y verificable

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Se entiende que la información remitida por las unidades de los sistemas misional, funcional y operacional de la Universidad, a través de los canales oficiales dispuestos para tal fin, es la fuente o el insumo con la que la Vicerrectoría de Aspirantes, Estudiantes y Egresados, atiende de forma directa las diferentes necesidades expuestas por quienes desean establecer algún intercambio. Los canales dispuestos para la atención, según las directrices del Manual 3.1 de Gobierno en Línea, son: el chat, en el cual se ofrece asesoría en línea, las redes sociales oficiales, la Línea de Atención Nacional, el buzón de correo electrónico, el correo físico, la aplicación para el CRM (Administrador de clientes o Customer Relationship Manager en inglés), la aplicación para la Consejería Académica y el Sistema de Atención al Usuario. Son estos los	• Permanentemente, según los horarios establecidos de atención al público para cada canal	• Sistema de Atención al Usuario (SAU) • Chat en línea • Correo electrónico • Línea de atención telefónica • Atención personalizada • Aplicación de CRM • Redes sociales	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados • Miembros del cuerpo académico • Servidores públicos • Sector público • Sector privado • Público en general

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co
Bogotá, D.C., Colombia

Resolución No. 100 5342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

medios que hacen posible el primer contacto entre los usuarios y la Universidad y se da de manera permanente.			
---	--	--	--

b) Responder oportunamente la atención de solicitudes, quejas y reclamos

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Cualquier persona puede registrar solicitudes de información, consultas, quejas y reclamos de los usuarios (PQRS), las cuales son atendidas por asesores del Sistema de Atención al Usuario –plataforma basada en web para recibir, analizar, seguir y responder las PQRS-. Según el procedimiento establecido dentro del Sistema de Gestión de la Calidad, que da cuenta del numeral 7.2.3. de las normas ISO 9001:2008 y NTC GP100:2009, relacionado con la comunicación con el cliente (usuario en el caso de la UNAD), se determina que las respuestas a las PQRS se remiten al correo electrónico especificado por el usuario en un lapso no mayor a seis días después de su registro.	• Permanentemente, a través del Sistema de Atención al Usuario	• Sistema de Atención al Usuario (SAU)	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados • Miembros del cuerpo académico • Servidores públicos • Sector público • Sector privado • Público en general

Artículo 24.4 Rendir cuentas sobre la gestión institucional. Este objetivo se traduce en las siguientes actividades que, acto seguido, se describen en detalle:

a) Brindar información oportuna sobre el proceso de Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
El proceso de certificación en calidad es expuesto como uno de los elementos fundamentales dentro de la gestión Universitaria en los espacios de Rendición de Cuentas. Sus resultados, producidos como	• Permanentemente, según la vigencia que determina el ente externo para la Certificación del Sistema de Gestión de Calidad	• Sitio web oficial • Material impreso y medios externos con el uso adecuado de los logos alusivos a la certificación vigente de los procesos registrados en el	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados • Miembros del cuerpo académico • Servidores públicos • Sector público • Sector privado

“Educación para todos con calidad global”

Sede Nacional “José Celestino Mutis”

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co
Bogotá, D.C., Colombia

APM
GHA

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Conclusiones de la auditoría externa por parte de un ente certificador, se publican en portal institucional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, específicamente en el espacio web administrado por esta Gerencia. Así mismo, con el uso de los logos alusivos a las normas que el ente externo certifica – determinado por directrices de la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales–, se da cuenta de los procesos que para la vigencia son certificados en la UNAD.		Sistema de Gestión de Calidad de la UNAD.	• Público en general
---	--	---	----------------------

b) Convocar a la sociedad a las audiencias públicas para la rendición de cuentas

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
En virtud que el ejercicio de rendición de cuentas de la UNAD es uno de sus criterios de actuación, resulta prioritario convocar a la sociedad a ser partícipe del balance de gestión que la UNAD presenta para cada vigencia. Para tal efecto, las diferentes unidades que conforman la institución dan cuenta de sus principales logros, desafíos y propósitos, que se consolidan a través de un balance social que se somete a discusión pública en escenarios presenciales y virtuales. La Gerencia de Relaciones Interinstitucionales remite las invitaciones a los diferentes grupos de interés para su participación presencial en la audiencia y la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas junto con la Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario, anuncian e invitan a que cualquier ciudadano participe en el evento, a través del sitio	• Un mes antes a la celebración de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas	• Sitio web oficial • Correo electrónico • Correo físico	• Aspirantes • Estudiantes • Egresados • Miembros del cuerpo académico • Servidores públicos • Sector público • Sector privado • Público en general

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

web oficial, y especifican los espacios para la participación virtual.			
--	--	--	--

c) Socializar el Informe de Transparencia por Colombia

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Con la información que proporcionan todas las unidades que conforman la Institución, la Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario, completa un formulario solicitado por la Corporación Transparencia por Colombia que indaga sobre actividades de índole administrativa, financiera, jurídica y académica, el cual, esta misma entidad pondera para establecer y medir el nivel de transparencia y comunicación que existe entre la UNAD y la sociedad en General, a partir de la normatividad vigente tanto interna como externa. Los resultados de la evaluación, elaborados por la Corporación Transparencia por Colombia, son comunicados a las directivas de la Universidad, y posteriormente divulgados a la sociedad en general a través del sitio web oficial	Cada vez que se emiten los resultados del informe presentado por la Corporación Transparencia por Colombia.	Sitio web oficial	- Aspirantes - Estudiantes - Egresados - Miembros del cuerpo académico - Servidores públicos - Sector público - Sector privado - Público en general

d) Brindar mecanismos para el fortalecimiento y participación en la evaluación del Modelo Estándar de Control Interno -MECI-.

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Con la participación de las unidades y centros que componen la Universidad, con la cual se consolida información sobre austeridad del gasto, gestión contractual, control interno contable, plan de mejoramiento de la Contraloría General de la República, derechos de autor y el Plan de Mejoramiento	La remisión del informe de evaluación del Modelo de control Interno es cuatrimestral (Cada cuatro meses)	- Sitio web oficial - Canales establecidos por los organismos de control	- Servidores públicos - Organismos de control

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

APR 61/14

Resolución No. 00 5342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Institucional -que se registra y comunica a través de diferentes aplicaciones internas y externas-, se elaboran informes con destino a las entidades y organismos de control, de acuerdo con los siguientes pasos: recolección de la información, análisis y verificación de la información, redacción del Informe, ajustes y consolidación del informe final.			
--	--	--	--

e) Elaborar informe sobre contratación

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Es un deber de la UNAD hacer el reporte trimestral de la información solicitada por la Contraloría General de la Republica, en términos de la actividad contractual, para lo cual, consigna lo respectivo en un informe que remite a través de un formulario establecido por este ente de control. De igual manera, cuando la Procuraduría General de la Nación, la Fiscalía General de la Nación o la Contraloría General de la República solicitan alguna documentación, la UNAD la proporciona una vez sea requerida y por los medios que estos entes lo dispongan.	• Cuando los organismos de control lo dispongan	• Canales establecidos por los organismos de control	• Organismos de control

f) Reportar sobre los procesos, acciones de Repetición y conciliaciones de la UNAD.

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Es un deber de la UNAD hacer el reporte semestral a la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado, para dar cuenta de los procesos, las acciones de repetición y conciliaciones efectuadas por la Institución a través de la Secretaría	• Semestralmente	• Canal establecido por la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado	• Gobierno (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado)

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

General. El reporte se remite con una periodicidad semestral, mediante un aplicativo establecido para tal fin.			
--	--	--	--

g) Brindar información sobre gestión antitrámites

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario registra los trámites que la UNAD ha optimizado, a través de una aplicación dispuesta en el sitio web oficial del Departamento Administrativo de la Gestión Pública.	Cada vez que se optimiza o identifica un trámite.	Canal establecido por el Departamento Administrativo de la Función Pública.	Gobierno (Departamento Administrativo de la Función Pública)

Artículo 24.5 Fortalecer la imagen institucional. Este objetivo se traduce en las siguientes actividades que, acto seguido, se describen en detalle:

a) Reforzar el posicionamiento de la UNAD como marca

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La oficina de Investigación de mercados y crédito educativo de la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales dirige el concepto de marca y las estrategias comerciales para las cuales, todas las unidades académicas y administrativas aportan a partir de las necesidades expuestas y las propuestas generadas en el Plan de Desarrollo vigente. A través de un plan de medios que plantea la mencionada Gerencia, se ejecutan las estrategias, que de forma continua, se materializan durante la vigencia lectiva de cada año, en concordancia con los criterios de actuación y los principios de la UNAD, y se anuncian a través del sitio web oficial.	De forma permanente cuando se establezca un convenio.	Sitio web oficial	- Aspirantes - Estudiantes - Egresados - Entidades públicas - Entidades privadas - Público en general

b) Brindar asesoría sobre el uso correcto de la imagen institucional

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 - 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

6/11/14

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Con base en el Manual de Imagen Institucional, la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales de la UNAD orienta sobre el uso adecuado de la imagen de la Universidad en términos del logo, colores, fuentes y usos, entre otros. Esta asesoría y seguimiento se hace de manera permanente a través de canales sincrónicos y asincrónicos establecidos por la mencionada Gerencia	De forma permanente	- Sitio web oficial - Asesorías a través de Skype - Sistema de web Conference - Correo electrónico institucional - Línea de atención telefónica - Telefónicamente - Atención personalizada	- Servidores públicos - Miembros del cuerpo académico

c) Asesorar y realizar seguimiento a los eventos institucionales e interinstitucionales de acuerdo al procedimiento de protocolo

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
Con base en el protocolo establecido por la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales publicado en el sitio web oficial de la UNAD, las unidades que conforman la Institución, reciben asesoría sobre la realización de eventos. Para tal fin, la mencionada Gerencia dispone de medios sincrónicos y asincrónicos para brindar las respectivas orientaciones cada vez que se requiera.	De forma permanente	- Sitio web oficial - Asesorías a través de Skype - Sistema de web Conference - Correo electrónico institucional - Línea de atención telefónica - Telefónicamente - Atención personalizada	- Servidores públicos - Miembros del cuerpo académico

Artículo 24.6 Fortalecer la interacción y participación entre los diferentes servidores públicos de la UNAD. Este objetivo se traduce en las siguientes actividades que, acto seguido, se describen en detalle:

a) Socializar el plan anual de auditorías internas

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La formulación del plan anual de auditorías parte del análisis de informes anteriores, riesgos, planes de mejoramiento, percepción del servicio y PQRS, entre otros, que la Oficina de Control Interno de la UNAD	Cada vez que se consolida el informe anual de auditorías internos	Intranet institucional (durante ocho días después de la publicación)	Servidores públicos

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co
 Bogotá, D.C., Colombia

Resolución No.

00 53 42

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

registra en el formato F-CI-OCONT-003-001, el cual consigna: objetivo, alcance, recursos, documentos de referencia, proceso, auditor líder, equipo auditor y auditado, plan de auditoría, ejecución de la auditoría, entrega de informe preliminar e informe consolidado. Una vez elaborado el formato, es aprobado y firmado por la Rectoría, un Representante de la Alta Dirección y el Jefe de Control Interno, y publicado, durante 8 días, en la Intranet para su socialización al equipo de auditores y a los equipos auditados			
---	--	--	--

b) Formular y socializar el mapa de riesgos institucional

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Oficina de Control Interno de la UNAD socializa la metodología para la formulación y seguimiento del mapa de riesgos. Para tal fin, solicita que los responsables asignados en las diferentes unidades y centros regionales, registren los riesgos respectivos en la Aplicación de Administración del Riesgo, versión 2.0 que está dispuesta en la Intranet. En este software, las personas designadas consignan las acciones de mitigación y control de los riesgos reportados y la Oficina de Control Interno realiza la respectiva realimentación de los mismos; y la información de seguimiento almacenada, es revisada trimestralmente por la Contraloría General de la República y la ONG Transparencia por Colombia, como factor de evaluación y calificación.	Trimestralmente	Intranet institucional	- Servidores públicos - Organismos de control

APR 6/14

Resolución No.

005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

c) Actualizar y socializar la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Gerencia de Calidad y Mejoramiento Universitario es la unidad funcional que administra la documentación relacionada con el Sistema de Gestión de Calidad Vigente, en concordancia con los requisitos exigidos en la normas ISO 9001:2008 NTC GP1000:2009, sobre la publicación y control documental. Para tal efecto, las diferentes unidades que conforman la Institución remiten solicitudes de ajustes, creación o eliminación de documentación, la cual revisa la mencionada Gerencia y socializa a través del sitio web oficial una vez se haya aprobado.	Cada vez que se requiere crear o ajustar un documento que se consigna en el Sistema de Gestión de Calidad de la UNAD	- Sitio web oficial - Correo institucional	- Servidores públicos - Miembros del cuerpo académico

d) Anunciar los programas, servicios y actividades de Bienestar Institucional para los servidores públicos de la UNAD

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Vicerrectoría de Atención a Aspirantes, Estudiantes y Egresados, a través de Bienestar Institucional, anuncia los diferentes servicios y actividades dirigidas a los servidores públicos de la UNAD, en concordancia con el Estatuto de Bienestar Institucional y las directrices sobre lineamientos del Ministerio de Educación Nacional con fines de Acreditación Institucional. Las novedades al respecto, se anuncian a través de las redes sociales oficiales, circulares informativas, material impreso y el sitio web oficial.	Cada vez que se anuncia un servicio o actividad dirigida a los servidores públicos de la UNAD	- Sitio web oficial - Correo institucional - Redes sociales - Material impreso	- Servidores públicos - Miembros del cuerpo académico

Resolución No. 005342

Por la cual se expide la política de comunicación pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

e) Socializar lineamientos de la infraestructura tecnológica y ventanas de mantenimiento.

Descripción del proceso comunicativo	Momento en que se comunica	Canales destinados	Públicos
La Gerencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico socializa la normatividad sobre tecnología, las píldoras o consejos para la seguridad de la información, el lanzamiento de nuevos procedimientos, las actualizaciones de componentes tecnológicos y los instructivos para la solicitud de servicios. De igual manera, recibe, controla y libera requerimientos sobre soporte técnico en hardware y software interpelados por los servidores públicos de la UNAD.	• Cada vez que se anuncia un servicio o actividad dirigida a los servidores públicos de la UNAD. • Cada vez que un servidor público de la UNAD solicita soporte técnico en hardware y software.	• Sitio web oficial • Correo institucional • Intranet	• Servidores públicos • Miembros del cuerpo académico

Artículo 25. La presente resolución rige a partir de su fecha de expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

03 JUN 2014

Dada en la ciudad de Bogotá D. C.,

JAIME ALBERTO LEAL AFANADOR
 Rector

Vo. Bo: Gloria Concepción Herrera Sánchez. *GCHS*
 Vicerrectora de Medios y Mediaciones Pedagógicas.

Vo. Bo: Leonardo Sánchez Torres
 Secretario General

Revisó: Andrés Felipe Muñoz Pérez *APF*
 Elaboró: Alejandro Miranda Zabaleta *AMZ*

"Educación para todos con calidad global"

Sede Nacional "José Celestino Mutis"

Calle 14 Sur No. 14 – 23 pbx 344 3700 - www.unad.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

