|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO** | Definir lineamientos y orientaciones para el desarrollo de campañas publicitarias, de visibilización, de comunicación y diseño de piezas gráficas (impresas, digitales o multimediales). |

|  |  |
| --- | --- |
| **ALCANCE** | Desde la solicitud en la plataforma de SERVIMERCADEO - SAIA hasta la entrega de la pieza o desarrollo multimedial al solicitante a plena satisfacción. |

|  |  |
| --- | --- |
| **DEFINICIONES** | SERVIMERCADEO - SAIA: Sistema de canalización de solicitudes para las unidades de mercadeo y comunicaciones, alojado en la plataforma SAIA.BRIEF: Documento escrito donde se unifica toda la información descriptiva relacionada con el programa, evento o actividad.PIEZAS GRÁFICAS: Afiches, volantes, logos para eventos académicos, imágenes para redes sociales, plegables (no académicos), pendones. Así como soportes digitales o multimediales  |

|  |
| --- |
| **DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO**  |
| **Nº** | **PHVA** | **ACTIVIDAD / DESCRIPCIÓN** | **RESPONSABLE** | **REGISTRO (MEDIO DE VERIFICACIÓN)** |
| 01 | P | Solicitud a través del sistema SERVIMERCADEO, en la plataforma SAIA. | Comunidad académica  | Servimercadeo - SAIA |
| 02 | P | Aprobación de la solicitud y asignación de las responsabilidades de las actividades a realizar.En caso de no ser aprobada la solicitud, se responde por la plataforma SAIA y se da por terminado el procedimiento. | Coordinación de Mercadeo y Comunicaciones.  Coordinación Marca. | Servimercadeo - SAIA |
| 03 | V | Verificación de la aprobación o negación del requerimiento. | Comunidad académica  | Servimercadeo - SAIA |
| 04 | H | Requerimiento de la información pertinente a la unidad académica o administrativa para conocer las necesidades comunicativas y proponer los soportes adecuados para su difusión. (Si es necesario) Compilación de datos relevantes, generación de contenidos de comunicación y/o periodismo) para la construcción del contenido para la campaña publicitaria y/o piezas gráficas y audiovisuales. | Unidad de Marca.Líder de unidad académico administrativa.Dirección de programa. | Archivos digitales y correo electrónico  |
| 05 | H | Envío de la información necesaria para la campaña de comunicación, fotografías y/o piezas gráficas (impresas, digitales o multimediales). | Comunidad académica  | Correo Electrónico.Comunicación interna SAIA.  |
| 06 | H | Conceptualización de Campaña, fotografías y/o diseño de piezas gráficas o audivisuales . (bajo parámetros estándares de reglamentación UCM) | Unidad de Marca | Archivo digital. |
| 07 | V | En caso de ser necesario, se programa por parte de la Unidad de marca, la agenda de los equipos tecnológicos para las tomas fotográficas (cámara, luces, etc), verificando los requisitos de escenografía. Si se requiere, se firma la cesión de derechos por parte de las personas a fotografiar o a grabar en video. | Unidad de marca.Comunicación Audiovisual. | Registro fotográfico.Cesión de DerechosGME – F -16 |
| 08 | V | Socialización: revisión y aprobación de piezas gráficas y/o audiovisuales, a través del visto bueno por parte de las personas involucradas. | Unidad de MarcaLíder de unidad académico administrativa. | Aprobación de Artes a través de correo electrónico. |
| 09 | H | Envío a impresión o publicación digital. | Unidad de Marca. | Archivo digital.Medios institucionales.Correo electrónico. |
| 10 | H | Comunicación de autorización para la producción de la pieza para el ente respectivo de manera interna o externa (Proveedor) | Coordinación de Marca. | Comunicación Servimercadeo – SAIA.Correo electrónico. |
| 11 | H | Producción o impresión de la pieza.En el caso de producción externa, se requiere de tres cotizaciones para autorizadas por entes pertinentes  | Unidad de MarcaProveedor Externo. | Pieza impresa.Pieza digital. |
| 12 | V | Entrega de la pieza al solicitante a plena satisfacción. | Coordinación de Marca. | Pieza impresa.Pieza digital |
| 13 | H | Envío de comunicado en el que se especifica el evento o actividad a realizarse, para su difusión mediática y posterior cubrimiento por parte de la Jefatura de Comunicación. | Coordinación de Marca | Correo electrónicooTransferencia Comunicación Servimercadeo – SAIA. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Coordinación de Mercadeo y Comunicaciones | Dirección de Aseguramiento de la Calidad | Consejo de Rectoría | Febrero de 2025 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **FECHA** | **VERSIÓN** | **ÍTEM** | **MODIFICACIÓN** |
| Mar 2017Mar 2017Mar 2017Mar 2017Mar 2017Mar 2017 | 020202020202 | DefinicionesAcción 05Acciones 02 – 04 – 07 – 08 - 09 – 10 Acción 11Acción 14Acción 8 | Se incorpora dentro del procedimiento nuevas piezas gráficas como productos y evidencias: afiches, volantes, logos para eventos académicos, imágenes para redes sociales, plegables (no académicos), pendones. Así como soportes digitales o multimediales.Se incorpora en el proceso, la labor del “Comunicador de Contenidos”, comunicador social adscrito a la Coordinación de Marca que genera los contenidos de tipo periodístico y comunicacional.Se modifica la denominación del “Equipo de diseño” por “Equipo de marca” teniendo en cuenta los cambios en la estructura de la Unidad de Mercadeo, Ventas y Servicio, al ingresar nuevos cargos.Se modifica el responsable, es decir se reemplaza al Coordinador de mercadeo por el Coordinador de Marca para agilizar el procedimiento.Se adiciona la acción 14 para articulación con la Coordinación de Comunicación Organizacional.Se elimina el formato de aprobación de artes |