|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO** | Definir lineamientos y orientaciones para contribuir a los procesos de comunicación de marca y publicitaria de la Universidad Católica de Manizales a través de contenidos audiovisuales. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ALCANCE** | Desde la solicitud a través de SERVIMERCADEO - SAIA hasta la publicación y difusión del producto audiovisual. |

|  |  |
| --- | --- |
| **DEFINICIONES** | STORY BOARD: Conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de un producto audiovisual antes de realizarse o filmarse.MAQUETA: Video borrador donde se muestra como es la propuesta de edición, ritmo, tomas, movimientos de cámara; sirve como modelo antes de la edición final y la post-producción.CASTING: Proceso de selección del reparto o elenco de un producto audiovisual. |

|  |
| --- |
| **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.Establecer la pertinencia del video de acuerdo con los lineamientos institucionales y teniendo en cuenta el alcance, tamaño del proyecto, impacto social, magnitud del evento y cobertura.En caso de no ser aprobada la solicitud, se responde por la plataforma SAIA y se da por terminado el procedimiento. | Comunicación audiovisual.Coordinación Marca. | Servimercadeo - SAIA |
| 03 | V | Verificación de la aprobación o negación del requerimiento. | Comunidad Académica | Servimercadeo - SAIA |
| 04 | H | Reunión con la unidad académica o administrativa, o cliente externo para conocer las necesidades comunicativas y proponer el enfoque audiovisual. Se registra en el apartado: Descripción del Proyecto audiovisual, con firma del solicitante, diligenciándose los requerimientos técnicos. | Comunicación audiovisual.Líder de unidad académico administrativa.Dirección de programa. | Plan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17 |
| 05 | P | Preproducción:Se hace una breve descripción de las locaciones, escenas, actores y demás requerimientos de todo orden que deben estar disponibles para el correcto desarrollo del proyecto Audiovisual. | Comunicación audiovisual. | Plan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17 |
| 06 | H | Producción: Se hace el rodaje y/o recolección de material necesario para el desarrollo del proyecto audiovisual.En caso de que la producción cuente con la participación de personas, éstas deben diligenciar el formato de cesión de derechos patrimoniales. | Comunicación audiovisual. | Plan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17Cesión de derechos patrimoniales de autorGME – F - 16 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 07 | H | Posproducción:Se hace una breve descripción de trespasos principales que tiene este procedimiento:1-Edición maqueta. En esta fase del proceso se realiza la edición en crudo, es decir, sin efectos, colorización, o Finalización alguna.2- Edición Final. Después de la aprobación de la maqueta se procede a la edición final según correcciones y ajustes.3- Finalización.Es la manipulación del material digital en su etapa final donde se emplean técnicas de colorización, animación, efectos de video y sonido, infografías. Es el toque final del proyecto audiovisual. | Comunicación audiovisual.   | Archivo digitalPlan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17  |
| 08 | V | Presentación al solicitante o cliente externo del producto final audiovisual.Se registra en el apartado: Entrega a Satisfacción. | Comunicación audiovisual.Cliente externo. | Plan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17 |
| 09 | V | Medición de Nivel de Satisfacción del Cliente | Comunicación audiovisual. | Plan de trabajo producción audiovisual.GME – F -17 |
| 10 | H | Publicación, entrega y/o difusión del producto audiovisual. | Comunicación audiovisual.Web master.Jefe ComunicacionesCoordinación Marca. | Medio de comunicaciónArchivo digitalYoutubeSitio webRedes Sociales |
| 11 | H | Almacenamiento digital en el ordenador de estudio de televisión, de acuerdo con las tablas de retención. Los videos de carácter institucional y promocional se almacenan en el canal YouTube y en Google Drive para su descarga. Entrega al cliente. | Comunicación audiovisual. | Archivo Digital |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Coordinación de Mercadeo y Comunicaciones | Dirección de Aseguramiento de CalidadDirección de Planeación | Rectoría | Marzo de 2017 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **ITEM** | **MODIFICACIÓN** |
| Acción 04Acción 05Acción 06Acción 09Acción 10Acción 11 | Se incorpora la descripción del lugar dentro del formato donde debe describirse el proyecto.Se incorpora en el proceso, la labor de la unidad de “Comunicación de Contenidos”, comunicador social adscrito a la Coordinación de Marca que genera los contenidos de tipo periodístico y comunicacional, para que haga corrección de estilo al formato y aporte sugerencias desde la comunicación. Se relaciona como una acción diferenciada la etapa de Preproducción.Se relaciona como una acción diferenciada la etapa de Producción. Se incorpora como medio de verificación el GME –F -16 Cesión de derechos patrimoniales de autor.Se incorpora la actividad de Medición del nivel de satisfacción de los usuarios y clientes del estudio de televisión.Se incorpora como medio de verificación las redes sociales, sitio web, canal Youtube institucional y el archivo digital.Se elimina el almacenamiento de videos de ponencias, presentaciones, charlas por parte del cliente interno. |