



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

VIGILADA MIMEDUCACIÓN

Acreditación de  
Alta Calidad

en el camino de la excelencia

Res. 013600 - 09 dic.2019- vig. 4 años

**CONSEJO DE RECTORÍA**  
**ACUERDO No. 059**  
**11 DE NOVIEMBRE DE 2020**

Por medio del cual se aprueba el

**"Modelo de Comunicación Integrada de la Universidad Católica de Manizales"**

El Consejo de Rectoría de la Universidad Católica de Manizales, en uso de las atribuciones que le confiere el Estatuto General, y

**CONSIDERANDO:**

- a. Que la Universidad Católica de Manizales tiene como Visión a 2025 ser "la primera opción de la región, por visibilizar la formación integral desde una perspectiva humanista, científica y cristiana, consolidando una comunidad académica que, desde la personalización liberadora, contribuya a la transformación social, cultural y se constituya como referente nacional e internacional de inclusión y equidad".
- b. Que la Unidad de Mercadeo y Comunicaciones se encuentra articulada a los siguientes instrumentos del Plan de Desarrollo Institucional 2018-2025:
  - Diversificación de ingresos (Mega 2)
  - Calidad y desarrollo de la vida integral de la comunidad universitaria (Mega 3)
  - Inteligencia competitiva (Mega 5)
  - Oferta pertinente (Mega 5)
  - Ciudad Universitaria (Mega 6)
- c. Que de conformidad con el artículo 48 del Estatuto General es función del Consejo de Rectoría "Aprobar manuales, códigos, lineamientos o directrices que permitan la realización de la Misión, el cumplimiento del presente Estatuto, la ley o políticas trazadas por el Consejo Superior".



- d. Que La Política de Comunicación Integrada de la Universidad Católica de Manizales, condensa los esfuerzos realizados por la institución para desarrollar y administrar la comunicación interna y externa de manera efectiva, por medio de la difusión de la información a todos sus estamentos, la sensibilización y apropiación de las directrices institucionales, divulgación de las características de la oferta académica, sus proyectos, gestiones, actividades de las funciones sustantivas y el posicionamiento de la marca en el mercado y el sector.
- e. Que, para garantizar el desarrollo de las actividades relacionadas con la comunicación integrada, la institución dispone recursos que permiten contar con un equipo humano profesional y calificado que se concentra en llevar a cabo las acciones pertinentes para el buen manejo de la información, la comunicación externa e interna, la oferta comercial, la gestión del servicio, la publicidad y el posicionamiento de marca.
- f. Que el Consejo de Rectoría considera que el Modelo de Comunicación integrada responde a las metas y objetivos institucionales plasmados en su Plan de Desarrollo Institucional 2018-2025 y se ajusta a los postulados de la Plataforma Estratégica y de su Filosofía Institucional.
- g. Que el Consejo de Rectoría, en sesión del 11 de noviembre de 2020, aprobó el Modelo de Comunicación Integrada de la Universidad Católica de Manizales.

## **ACUERDA**

**Artículo primero.** Aprobar el Modelo de Comunicación Integrada de la Universidad Católica de Manizales con la siguiente estructura:

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. PLATAFORMA ESTRATÉGICA
- 3. NORMATIVAS
- 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA
  
- 5. UNIDAD DE MERCADEO Y COMUNICACIONES
  - 5.1. Comunicación de la Marca
  - 5.2. Comunicación del Marketing
  - 5.3. Comunicación Institucional



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Acreditación de  
Alta Calidad

en el camino de la excelencia

Res. 013600 - 09 dic.2019- vig. 4 años

## 6. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTEGRADA

- 6.1. Informe de Competitividad
- 6.2. Estudio de caracterización (pregrados y posgrados)
- 6.3. Estudio tendencias mercado
- 6.4. Estudio seguimiento proceso comunicación organizacional
- 6.5. Estudio exploratorio del mercado
- 6.6. Estudio de la medición de satisfacción frente al servicio
- 6.7. Contexto de marca: Análisis de Tendencias y percepción de Marca
- 6.8. DOFA de Programa

## 7. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES INTEGRADA

- 7.1. Plan de Marketing
- 7.2. Plan de Posicionamiento
- 7.3. Plan de Servicio
- 7.4. Plan de Comunicación Institucional

## 8. INDICADORES DE MEDICIÓN

**Artículo segundo.** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de expedición.

**Comuníquese y cúmplase.**

Manizales, 11 de noviembre de 2020

Mgr. Hna. MARIA ELIZABETH CAICEDO CAICEDO O.P.  
Rectora

Mgr. Abg. CATALINA TRIANA NAVAS  
Secretaria General

