1.- PROPÓSITO.

Promocionar y difundir la oferta académica, actividades de la institución y otros aspectos que esta pueda generar en la comunidad juarense y zonas cercanas de manera que se posicione, incremente el interés por estudiar una de sus carreras y sea considerada como referente en la educación.

2.- ALCANCE.

Aplica en el Departamento de Prensa y Difusión enfocado a obtener mayor presencia en medios de comunicación, pero también a todos los departamentos de la organización, pues la comunicación interna es un elemento fundamental para que esta funcione.

3.- POLÍTICAS DE OPERACIÓN.

a. Como partes interesadas para la comunicación tanto interna como externa se considera a los alumnos, maestros, empleados y departamentos de la UT Paso del Norte, padres de familia, Consejo Directivo, Consejo de Vinculación, Gobierno del Estado, DGUTyP, empresas y comunidad en general, así como proveedores de publicidad y medios de comunicación.
b. Son canales internos de comunicación las circulares, memorándum, oficios, carteles y otros que en su momento se definan en base al grado de efectividad de los mismos.
c. Son canales internos y externos de comunicación el correo electrónico institucional con dominio @utpn.edu.mx, la página oficial de la universidad www.utpn.edu.mx, oficios, boletines, redes sociales, cartelones, volantes, trípticos, lonas, equipo de perifoneo y otros que se consideren necesarios y se definan por Prensa y Difusión.
d. El correo institucional con dominio @utpn.edu.mx será el oficial para enviar y recibir información referente a las cuestiones pertinentes de cada departamento y la organización en general, tanto jefes como asistentes, incluyendo todos los niveles jerárquicos, evitando así que no llegue la información y que se confundan con las direcciones personales.
e. Las redes sociales oficiales de la Universidad son: Facebook; www.facebook.com/UtpnCoyotes, Instagram; www.instagram.com/utpncoyotes, YouTube; Universidad Tecnológica Paso del Norte Oficial (y Twitter; www.twitter.com/UT_PasodelNorte. Estas serán controladas y administradas por el departamento de Prensa y Difusión, en donde se darán a conocer avisos de oportunidad e información relevante. Se considerará apócrifa o no oficial cualquier otra cuenta en redes sociales que incluya el nombre de la institución y no sea ninguna de las anteriormente mencionadas.
f. Se comunicará externamente aquella información necesaria para difundir los programas educativos de la UTPN, además cuestiones de interés sobre el funcionamiento de la misma, logros académicos y deportivos, convocatorias, así como cuestiones de impacto a la comunidad y otras que se determinen de acuerdo a las necesidades, buscando cumplir con la intención de posicionar a la

Universidad Tecnológica Paso del Norte en la región, estado y de ser posible nacional e internacionalmente.

g. Internamente se comunicarán cuestiones que cada departamento considere pertinente para su funcionamiento con base a sus necesidades y las de la propia institución, apegados a los estándares, lineamientos y formatos que defina el departamento de Prensa y Difusión que a su vez se apeguen a los manuales de imagen y papelería del Gobierno del Estado de Chihuahua, además se usarán como apoyo las redes sociales en cuestiones de aviso a la comunidad universitaria.

h. En cuanto a comunicación externa, en lo que tiene que ver con entrevistas y notas periodísticas, el rector o rectora será la primera persona autorizada para dar información a los medios de comunicación, además de un vocero, que en este caso es el encargado del departamento de Prensa y Difusión, quien debe de conocer el funcionamiento de la institución y cuestiones relevantes, información que debe ser proporcionada por las demás áreas. Se harán excepciones en caso de que el tema lo requiera.

i. La selección de los proveedores, que se requieran para los servicios, las necesidades y objetivos de difusión de la Universidad Tecnológica Paso del Norte, se llevará a cabo mediante el Procedimiento de Compras y Adquisiciones P-AF-04, supeditados a lo que marque la autoridad estatal como órgano de control.

j. Prensa y Difusión deberá de dar tratamiento a la información, recabándola o recibiéndola primero por la parte interna interesada para finalmente sacar un producto de información o publicidad que servirá como herramienta de comunicación, que podrá ser un boletín informativo, un video, fotografías u otros para finalmente enviarlo a los medios de comunicación para su publicación y a su vez según aplique replicarlo en las redes sociales oficiales de la institución.

k. Se deberá guardar un registro de las notas publicadas en los medios de comunicación referentes a la UTPN, entrevistas de los directivos con grabación de audio o video, así como de la publicidad de la misma, ya sea en medios impresos o portales de internet, como evidencia.

l. Con base a lo que determinen las necesidades, se procederá a repartir trípticos y volantes o cualquier otro promocional con la oferta educativa, además de colocación de mantas en lugares estratégicos, así como perifoneo en las colonias donde pudieran residir los aspirantes a ingresar a la UTPN y difusión en redes sociales, sirviendo de apoyo a lo establecido en el procedimiento para Promoción y Difusión (P-PD-01).

m. Las áreas que conforman la UTPN que requieran apoyo gráfico deberán llenar el formato F-PD-03 sin excepción, en el que se deberá de especificar la información que llevará el diseño y entregarlo con una anticipación considerable tomando en cuenta que los diseños pueden tardar hasta 15 días en quedar concluidos en base a lo complejo de los mismos y las peticiones previas que pudiera haber,

el cual únicamente se podrá liberar y firmar de material recibido hasta que esté revisado el diseño por el solicitante.

n. Áreas y departamentos de la UTPN que requieran cobertura de alguna actividad para su difusión deberían de dar aviso a Prensa y Difusión, a través de alguno de los canales de comunicación establecidos para ello.

o. El principal riesgo al que se enfrenta todo proceso de comunicación es la interferencia o ruido, que en este caso pudieran ser obstáculos para que los mensajes lleguen a sus destinatarios, que son las partes interesadas previamente definidas, por lo que se utilizarán diferentes canales de comunicación para asegurarse de que se logre el objetivo, mismos que fueron también definidos previamente que serán los oficiales, evitando así confusión por que haya más de un proveedor de información, sino que solo los medios oficiales serán los que se consideren con datos reales y fidedignos.

p. La Dirección de Vinculación llevará a cabo la comunicación con las empresas del sector productivo con las cuales se establecen convenios de colaboración y se gestionan espacios para estadías además a las que se ofertan los servicios tecnológicos, en base a los procedimientos y lineamientos que la misma dirección establezca contemplando a su vez los estándares que marca el departamento de Prensa y Difusión.

q. La misma dirección mencionada en el punto anterior será quien establezca comunicación y convoque a los integrantes del Consejo de Vinculación, con base a los lineamientos que se tienen ya establecidos para ello.

r. La rectoría se encargará además de coordinar y llevar a cabo la comunicación con el Consejo Directivo, así como la convocatoria para el mismo en base a los lineamientos establecidos, en coordinación con las autoridades que lo requieren e integran.

s. Como evidencia de comunicación interna, para las sesiones consejos, que convoque Rectoría, se deberá realizar grabación de video, la cual se tendrá que entregar una vez finalizada.

4.- DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Secuencia de etapas	Actividad	Responsable
1.- Análisis de Información.	Se identifican necesidades para publicidad, con la finalidad de saber cuál medio de difusión tuvo mayor impacto.	Prensa y Difusión /Rectoría.
2.- Solicitud de cobertura de eventos	Se dará aviso al departamento de algún evento o actividad importante que realizará algún área de la universidad para así darla a conocer.	Todos los departamentos.
3. Procesamiento de información	Una vez recabada la información necesaria, se procesa para generar un anuncio publicitario o boletín informativo para los medios de comunicación.	Prensa y Difusión.
4.- Solicitud de apoyo gráfico	Se utilizará el formato F-PD-03 para solicitud de apoyo gráfico en lo referente a comunicación interna.	Todos los departamentos
5.- Entrega de apoyo gráfico	El Departamento de Prensa y Difusión hacen entrega del apoyo gráfico solicitado.	Prensa y Difusión
6.- Comunicación con las empresas	Se establece contacto con las empresas de la región para gestionar estadías para los alumnos y ofrecerles los servicios tecnológicos de la institución.	Vinculación
7.- Comunicación con el Consejo de Vinculación.	Se establece Contacto con los representantes de empresas y gobiernos de diferentes niveles, para designar a los integrantes del Consejo de Vinculación.	Vinculación
8.- Comunicación con el Consejo Directivo	Se establece contacto con los Gobiernos e integrantes del Consejo Directivo, con quienes se definirán fechas para las sesiones en las que se traten asuntos que tengan que ser autorizados por el mismo, a la vez que se les presenta un informe de las acciones realizadas en la institución en cierto periodo de tiempo.	Rectoría
9.- Comunicación entre departamentos	Los diferentes departamentos de la UT Paso del Norte deben apegarse a los lineamientos establecidos por Prensa y Difusión en cuanto a canales de comunicación, mientras que ellos mismos determinarán qué	Prensa y Difusión/ Todos los departamentos

	comunicar en base a sus necesidades.	
10.- Comunicación con padres o familiares	La dirección de Carrera y Servicios Escolares recabarán un número telefónico de un familiar del alumno a través del tutor.	Dirección de Carrera

5.- DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Documento	Código	Tipo

6.- INFORMACION DOCUMENTADA

Información Documentada	Tiempo de Conservación	Disposición	Responsable de conservarlo	Código de Información documentada
Formato de Requisición de apoyo gráfico	1 año	Destrucción	Prensa y Difusión	F-PD-03

7.- GLOSARIO

Comunicación. - Proceso informativo en el que se emite un mensaje, el cual servirá para tomar alguna decisión. Para que este se dé tiene que contar con varios elementos, como son emisor, receptor, mensaje, canal, codificación, decodificación, retroalimentación y ruido.

Retroalimentación. - Es cuando el emisor del mensaje se convierte en receptor, es decir cuando se obtiene una respuesta a la emisión de un mensaje, confirmando con esto que el proceso de comunicación ha sido efectivo.

Ruido. - Son todos los obstáculos a los que se pudiera enfrentar el proceso de comunicación y que provocarían que este no se dé evitando que el mensaje de un emisor llegue a un receptor, como pueden ser fallas de codificación del mensaje, problemas de red, diferencias lingüísticas o la interrupción de la transmisión por un agente externo.

Difundir. - Acción de extender, propagar o divulgar un mensaje.

Promoción. - Acción de difundir un anuncio auditivo o visual, que busca posicionar un bien o servicio en el público.

Boletín. - Publicación periódica de carácter oficial de las instituciones de gobierno. Herramienta de la comunicación para dar a conocer mediante un texto hechos relevantes que estén sucediendo o actividades que se hayan llevado a cabo.

Redes Sociales. - Sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales, etcétera, las más comunes y conocidas son Facebook, YouTube, correo con dominio @utpn.edu.mx.

Posicionar. - Acción y efecto de arraigar una ideología o costumbre por convicción.

UTPN. - Universidad Tecnológica Paso del Norte.

Apoyo Gráfico. - Hace mención a la publicidad solicitada para su elaboración y difusión.

8.- CAMBIOS DE ESTA VERSIÓN

Numero de Revisión	Fecha de Actualización	Descripción del cambio
1	10-06-2022	Se actualizaron redes sociales de Universidad, se modifica el inciso S en donde para aclaración de grabación de reuniones y se elimina inciso t.
2		

9.- INDICES DE DESEMPEÑO

N/A