

## **INTRODUCCIÓN**

En la Corporación Universitaria Remington las carteleras son un medio de comunicación fundamental para el logro de los objetivos organizacionales. En ellas se publican todas las noticias de importancia para el público interno y externo de la Corporación, basadas en los principios de pertinencia y veracidad. Por tal motivo, es oportuno realizar un manual que reúna las características esenciales de este medio de comunicación y trazar unos lineamientos básicos, en los que se especifiquen los temas a tratar.

## **2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DE LAS CARTELERAS**

### **2.1 Contenidos**

- De fácil lectura
- Breves en los mensajes
- Tipografía clara y con tamaño adecuado
- Difusión de los proyectos principales de Uniremington
- Notas de interés y actualidad
- Con calidad, suficiencia y veracidad
- Con variedad Informativa
- Temas Incluyentes y participativos ¿Qué pasa en las diferentes áreas de la Institución?
- Realimentación de los mensajes.

### **2.2. Imagen**

- Gráficamente atrayente
- Consecuente con los colores institucionales
- Equilibrio de fondo y de forma
- El encuadre

## **3. TIPOS DE MENSAJES**

Los mensajes que se generan dentro de una institución pueden ser de tres tipos:

**De tareas:** Los más comunes son los que generan acciones directas.

**Mantenimiento:** Son los que se ocupan de mantener el orden y la información en la Institución. (Reportes, reuniones informativas, cambios de objetivos).

**Humanos:** Son los dirigidos a las personas y afectan sus actividades, incidiendo en su motivación.

#### **4. CONTROL DE CARTELERAS**

La información publicada en estos de medios de comunicación es responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones, distribuyendo está según el área de interés y el público al que va dirigida la información.

### **5. CARTELERAS CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON**

#### **5.1. Cartelera institucional**

La cartelera institucional tiene como objetivo mantener informado al público interno y externo de la Corporación Universitaria Remington.

**Ubicación:** los puntos de información fueron elegidos por su ubicación estratégica dentro de las instalaciones de la Corporación con alto flujo de personas, zonas comunes y centro del pasillo.

**Periodicidad:** la información de la cartelera se debe actualizar semanal o quincenalmente de acuerdo al tiempo de publicidad establecido. De surgir algún tipo de eventualidad la publicación se debe hacer en el momento oportuno.

**Temas:** le anuncian días especiales como: la madre, la secretaria, el profesor, el padre, entre otros. Oferta académica de las facultades y la Dirección de Extensión y Proyección Social de la Corporación Universitaria Remington.

- **Institucional:** se debe procurar que en la cartelera haya un espacio para los proyectos especiales de la institución, resaltando su importancia e impacto.
- **Campañas:** El área de Comunicaciones y las otras áreas elaboran una serie de campañas durante todo el año que aporten al crecimiento y desarrollo personal y reforzar las actitudes positivas dentro de la organización.
- **Eventos:** Se registran los eventos realizados por Uniremington dentro o fuera de la institución.
- **Notas de Interés:** Reuniones con directivos, docentes o estudiantes, comunicados internos de las diferentes áreas de la institución y demás noticias que afecten al público interno.
- **Interés general:** Salud, educación, familia, actualidad y temas que además de informar eduquen a los lectores de las carteleras.

- **Comunicados:** información emitida por el presidente de la Sala General o el rector.
- **Convocatorias:** información dirigida a nuestro público interno o externo.
- **Calendario institucional:** contiene información de la agenda académica y administrativa de la Corporación.

### **Características:**

- La letra debe ser mínimo en tamaño 14 para garantizar visibilidad a los lectores.
- Los títulos deben ir en un tamaño mayor y que resalte dentro del diseño de la pieza.
- El diseño y el manejo de la imagen debe corresponder a los parámetros indicados por la Dirección de Mercadeo.

**Responsables:** Dirección de Comunicaciones y Dirección de Mercadeo.

### **5.2. Tableros corcho**

Tienen como objetivo apoyar el sistema informativo de la institución, según lo requerido por las áreas.

**Ubicación:** los puntos de información fueron elegidos por su ubicación estratégica dentro de las instalaciones de la Corporación con alto flujo de personas, zonas comunes y centro del pasillo.

**Periodicidad:** Cada que se requiera.

### **Temas:**

- Frases explicativas de los procesos propios de la institución académicos.

### **Características:**

- La letra del texto debe ser mínimo en tamaño 14. El motivo es facilitar la lectura de los artículos a las personas que entran y salen de los salones de la Corporación.
- Los títulos deben tener un tamaño mínimo de 16 para que se diferencien del texto.
- La fuente puede ser variada, la más común es Arial, Times New Roman, y Tahoma, entre otras.

- El uso de logo, colores, diseño y fotografías se debe adaptar los parámetros dictados por la Dirección Mercadeo.

**Responsables:** La Dirección de Comunicaciones es la encargada del manejo de las carteleras y las áreas académicas proveen información para así publicar artículos de real interés para la institución.

### **5.3 Cartelera electrónica**

Tiene como objetivo ofrecer información de interés a nuestro público interno, de manera inmediata y con elementos de interactividad, puesto que no se trate de un elemento físico y estático sobre una pared, sino de una pantalla que capta más la atención del público joven.

**Ubicación:** las carteleras electrónicas están ubicadas en las sedes Medellín y Montería, en sitios de alta afluencia de personas.

**Periodicidad:** frecuentemente.

#### **Temas:**

- Eventos institucionales
- Programación académica y cultural
- Concursos
- Campañas
- Convocatorias

#### **Características:**

- La información proyectada en el televisor debe ser la principal, sin detallar mucho el contenido, para que pueda ser visibilizada de manera rápida.
- El tiempo de transición entre cada imagen debe permitir la visualización del contenido.
- Los textos deben tener muy buena redacción y ortografía.
- Los diseños deben ser llamativos y adecuados para el tema.
- Si el tema es publicado en las carteleras físicas, el diseño debe tener la misma unidad gráfica.

**Responsables:** Dirección de Comunicaciones y Dirección de Mercadeo.

## **6. DISTRIBUCIÓN DE LAS CARTELERAS**

La difusión en las carteleras en la Corporación Universitaria Remington tiene como objetivo que su público interno y visitantes esté informado de las noticias allí publicadas, que logre capturar la atención y recordación en las personas que leen los artículos. La distribución de la información en las carteleras se hace a criterio de las personas encargadas, teniendo en cuenta la estética, ubicación e importancia de la información.

**CONTROL DE CAMBIOS**

<b>N°.</b>	<b>VERSIÓN INICIAL</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>	<b>VERSIÓN FINAL</b>	<b>FECHA</b>
<b>1</b>	<b>1</b>	Se realizan actualizaciones en el formato, con el objetivo de unificarlo con los lineamientos instituciones del SGC.	<b>2</b>	<b>30/07/2018</b>
<b>2</b>	<b>-</b>	Se separa el subproceso de comunicaciones, del proceso de Mercadeo y Comunicaciones, razón por la cual se inicia un nuevo proceso denominado "Comunicaciones"  Se realiza cambio de codificación del formato, pasando de ser OT, a MA, con el objetivo de unificar los manuales bajo un mismo código, según lo establecido en el procedimiento PM-PR-01 Información documentada.	<b>1</b>	<b>03/09/2018</b>
	<b>1</b>	Se realiza actualización de información en el presente manual, para que sea estándar en el uso de todas las sedes según las características de la infraestructura física.	<b>2</b>	<b>28/04/2020</b>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>APROBÓ:</b>
Auxiliar administrativa	Analistas de SIC	Comunicadora
<b>Fecha: 22/04/2020</b>	<b>Fecha: 28/04/2020</b>	<b>Fecha: 28/04/2020</b>