

2020



Estrategia anual de Comunicación Social

COORDINACIÓN DE PRENSA
UAQ

UAQ | Cerro de las Campanas, Centro Universitario 76010 Santiago de Querétaro



Contenido

Estrategia Anual de Comunicación Social	2
Misión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ).....	2
Visión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ).....	2
Objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social:.....	4
Objetivos institucionales:.....	4
Temas específicos que abordarán las Campañas del Programa anual de Comunicación Social:.....	4
Programa Anual de Comunicación Social:	6
Objetivo Institucional.....	6
Público objetivo:.....	6
Estrategias generales de difusión:.....	7
Campañas y subcampañas:.....	8
Programación:.....	8
CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	8
1. Campaña Convocatoria ingreso a Escuela de Bachilleres, Licenciaturas, posgrado, programas de actualización de Facultades o unidades académicas	8
2. Campaña Rendición de cuentas de Rectoría	9
3. Campaña Resultados de ingreso a Licenciaturas y Escuela de Bachilleres.....	9
7. Gaceta UAQ.....	12
8. Campaña Somos UAQ.....	12
9. Mascotas Universitarias.....	13
10. Xhani.....	13
11. UAQ PARA NIÑOS	14
12. Género UAQ.....	14
13. Videos Institucionales.....	14
14. Convocatorias institucionales.....	15
EVALUACIÓN	16



Estrategia Anual de Comunicación Social

Misión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)

La Universidad Autónoma de Querétaro es una institución pública autónoma enfocada a la formación integral de profesionistas y ciudadanos con orientación humanista, abierta a la libre discusión de las ideas en todos los campos del conocimiento, mismos que cultiva y enriquece, transmitiéndolos a la sociedad a través de sus miembros y de sus programas educativos, de investigación, vinculación, difusión y desarrollo tecnológico.

Nuestra casa de estudios atiende a todos los sectores de la sociedad y proporciona un espacio de reflexión sobre los problemas mundiales, nacionales, regionales y locales en la búsqueda de un desarrollo sustentable. Asimismo, incorpora en sus procesos los pilares mundiales de la educación: aprender a conocer, a ser, a hacer y a vivir y convivir.

Visión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)

En 2025, la Universidad Autónoma de Querétaro será reconocida como una de las mejores universidades del país y de América Latina, con un sólido prestigio internacional, con una estrecha vinculación con la sociedad, y en armonía con el medio ambiente, para ser agente de cambio en la búsqueda de un desarrollo humano libre, justo y equitativo, a través del cumplimiento de sus funciones de generación y transmisión del conocimiento y de preservación, creación y difusión de la cultura.

LOS ATRIBUTOS QUE COMPONEN NUESTRA VISIÓN

Una institución de excelencia que se caracteriza por contar con:

- Una planta académica conformada por profesores con altos niveles de capacitación y compuesta de: a) una proporción importante de profesores de tiempo completo con niveles de doctorado en su formación en las diversas disciplinas académicas y los máximos perfiles de habilitación académica, con reconocimientos nacionales e internacionales que trabajan en redes de colaboración en el país y en el mundo, y b) con profesores por asignatura reconocidos profesionalmente y habilitados para la práctica docente en sus áreas disciplinares.



- 100% de programas educativos de calidad y con pertinencia social con los mayores niveles de evaluación por organismos externos, tanto del país como del extranjero.
- Un modelo educativo centrado en el aprendizaje, que promueve en sus estudiantes la formación integral, fincada en elementos humanistas, lo mismo que el desarrollo de habilidades, competencias, actitudes y valores para el logro de los distintos saberes universalmente reconocidos y que cristalizan en el hacer bien en todos los ámbitos de la vida social. Con un modelo pedagógico curricular que dote a los estudiantes de un conjunto de materias que formen parte del sello institucional (cultura, género, sustentabilidad, cultura física, idiomas, compromiso con la realidad social y ambiental).
- Instalaciones físicas suficientes, adecuadas y funcionales, con estándares internacionales, sustentables y amigables con el medio ambiente y con personas con discapacidad. Con acervos bibliográficos y hemerográficos amplios, con recursos didácticos modernos y vastos medios de consulta de información, dotados con la tecnología de vanguardia.
- Estudiantes formados para ser ciudadanos altamente capacitados, competentes, críticos, reflexivos, solidarios y conscientes de la delicada responsabilidad social que tienen como seres humanos en el mundo globalizado y con el país.
- Fuertemente vinculada con su entorno, que atiende y promueve la solución de los grandes problemas locales y 23 nacionales. Convertida en la conciencia social, con: a) voz autorizada y reconocida en el diseño y evaluación de las políticas públicas para promover un desarrollo humano y social equilibrado y justo, y b) con aportaciones importantes en investigación científica y humanística, tanto a nivel básico como aplicado y con desarrollo tecnológico. Todo esto en los distintos campos del saber, con orientación hacia el desarrollo, la generación del conocimiento y la atención de los problemas de la localidad, de la región, del país y del mundo.
- Presencia en el territorio estatal, con programas educativos integrales, de calidad y con pertinencia social y regional para poder participar en el desarrollo regional.
- Con un programa fuerte de internacionalización de sus funciones sustantivas que facilita la movilidad estudiantil y de profesores, así como el establecimiento de redes de colaboración y vinculación en todos los campos del saber que cultiva.
- Con un amplio programa de bienestar social para los diferentes miembros de su comunidad en la promoción de acciones de equidad y justicia social.
- Con un vasto programa de rescate, preservación, creación y difusión de la cultura, reconociendo que el país proviene de una diversidad cultural amplia y al mismo tiempo que la cultura es un elemento central en el fortalecimiento de la identidad social del mexicano.



- Personal administrativo convencido de que su trabajo es fundamental para hacer de nuestra Universidad la mejor en el país.
- Una gestión altamente responsable tanto en la promoción para la obtención de los recursos como en el uso y cuidado de los mismos.
- En un esquema amplio de responsabilidad social, la Universidad Autónoma de Querétaro está comprometida con la transparencia en la realización de sus actividades, y en el manejo de sus recursos y la rendición de cuentas.
- Los valores que se promueven y se practican entre la comunidad universitaria son: la búsqueda de la verdad, la honradez en la práctica cotidiana, la tolerancia con los que piensan distinto, la búsqueda de la justicia y la solidaridad para con todos.

Objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social:

1. Ser el plan rector que exprese los temas institucionales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal 2020.

Objetivos institucionales:

1. Que la UAQ sea identificada entre la población como una Institución plural, socialmente responsable, fuertemente vinculada con su entorno.
2. Que sea reconocida a nivel local, nacional e internacional la calidad de los estudiantes, profesionistas e investigadores de la UAQ.
3. Que los ciudadanos, en particular los queretanos, conozcan el quehacer de la UAQ en los ejes académico, investigación, vinculación y extensión.
4. Que los ciudadanos reconozcan e identifiquen que el presupuesto suficiente que exige esta Casa de Estudios tiene resultados tangibles y aplicables.
5. Que se conozcan las distintas convocatorias para integrarse a los diferentes programas educativos que oferta esta Institución.

Temas específicos que abordarán las Campañas del Programa anual de Comunicación Social:

- Información sobre el funcionamiento de la Universidad Autónoma de Querétaro; rendición de actividades de Rectoría y directores de Facultades.
- Convocatorias de ingreso a la oferta educativa en nivel medio superior y superior.
- Ceremonias de graduación y titulación de los diferentes niveles educativos.
- Convocatorias a programas de actualización de facultades o unidades académicas como la Escuela de Artes y Oficios
- Felicitaciones, esquelas y condolencias



- Resultados de convocatorias de ingreso de licenciaturas y Escuela de Bachilleres
- Promoción de valores, principios y derechos desde la Universidad
- Promoción de campañas de voluntariado, educación y salud
- Actividades sociales, políticas o culturales organizadas por las facultades, unidades administrativas, escuelas o instancias universitarias.
- Resultados de proyectos de investigación encabezados por estudiantes y docentes de la UAQ, o de programas de fomento a la investigación.
- Posiciones en los rankings, certificaciones, acreditaciones y premios a miembros de la comunidad universitaria; o que otorgue la UAQ a personajes destacados de la sociedad.
- Promoción de servicios de extensión y vinculación.
- Actividades relacionadas con el deporte universitario.
- Actividades relacionadas con la promoción de las lenguas nacionales y el patrimonio histórico.
- Sesiones del H. Consejo Universitario
- Acciones emprendidas desde la Administración Central para el mejoramiento de la convivencia de la comunidad universitaria, externos y usuarios en las instalaciones universitarias.





Programa Anual de Comunicación Social:

Objetivo Institucional

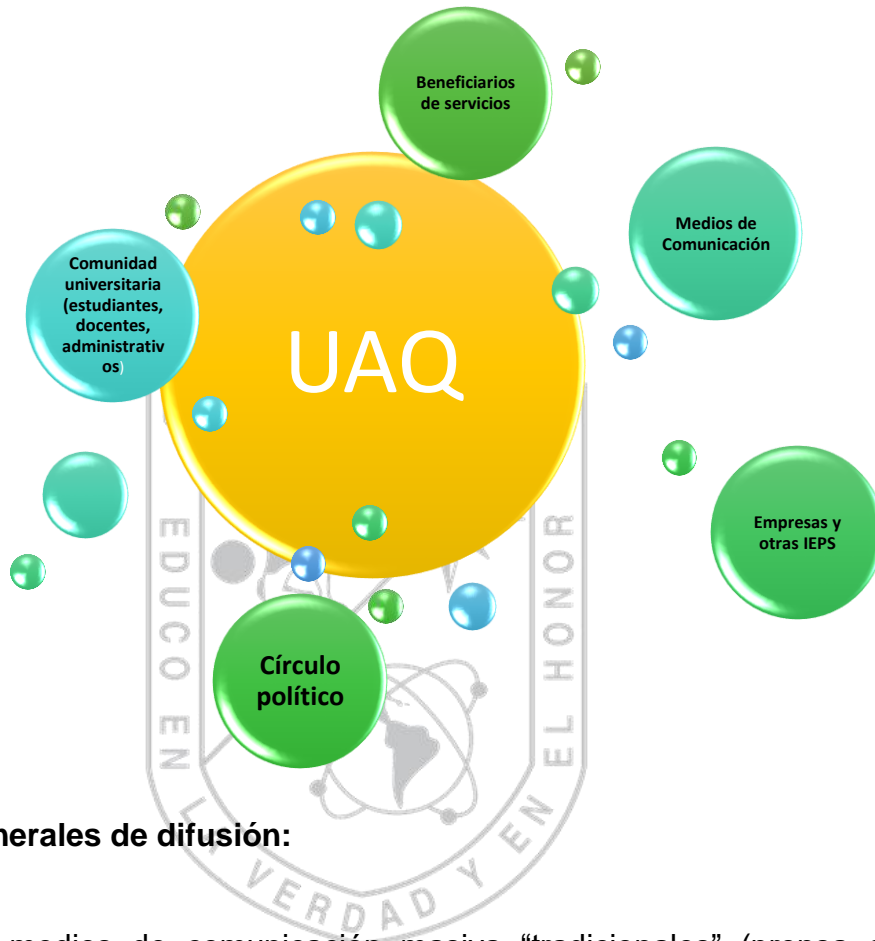
Como entidad pública, la Universidad Autónoma de Querétaro está obligada a desarrollar sus actividades bajo los ejes sustantivos de docencia, investigación, vinculación y extensión; esto, de acuerdo con el Estatuto Orgánico de la Institución, que en su artículo 14 se establece lo siguiente:

ARTÍCULO 14. La Universidad tiene por objeto: I. Impartir, con validez oficial, educación en los tipos, niveles, modalidades, formas y grados que se señalan en el artículo siguiente, procurando que la formación de profesionales corresponda a las necesidades de la sociedad. II. Organizar y desarrollar actividades de investigación humanística y científica, atendiendo primordialmente a los problemas estatales, regionales y nacionales y con relación a las condiciones del desenvolvimiento científico e histórico; III. Preservar y difundir la cultura; IV. Prestar servicios a la comunidad de acuerdo con sus posibilidades; y V. Actuar como agente de cambio y promotor social a través de sus tareas sustantivas. (Estatuto Orgánico UAQ, 2007)

La comunicación estratégica del organismo pues, debe ir dirigida a ayudar a cumplir con este objetivo; pues sin comunicación, la Institución estaría limitada en cuanto a sus alcances y significado. Esta labor debe conducirse con profesionalismo y adecuándose al constante cambio en las necesidades de las audiencias.

Público objetivo:

Las campañas y acciones de comunicación estarán dirigidas a los siguientes públicos, cuya calibración podrá realizarse más adelante a través de los instrumentos pertinentes:



Estrategias generales de difusión:

- Se emplearán medios de comunicación masiva “tradicionales” (prensa diaria, semanal, quincenal y mensual), radio y televisión, junto con medios alternativos como, portales de noticias, redes sociales e internet en general.
- Se utilizarán los medios universitarios: Radio UAQ 89.5 FM y TvUAQ canal 24.1 de televisión abierta; específicamente los noticiarios de Presencia Universitaria (matutino, vespertino y nocturno). Así como espacios particularmente diseñados para difundir la información universitaria como el programa de Agenda Universitaria, propuesta por la Dirección de Comunicación y Medios, con información de la Coordinación de Prensa UAQ.
- Mantener presencia anual en los medios de comunicación, no únicamente a través de publicaciones pagadas sino a través de otros instrumentos como ruedas de prensa, entrevistas y boletines.
- Vincularse con la Coordinación de Identidad y Pertenencia Universitaria para hacer difusión en las redes sociales de la Universidad.



Campañas y subcampañas:

Los mensajes alineados con los objetivos de la Universidad Autónoma de Querétaro se articularán en campañas y subcampañas, tal y como lo establece la Ley General de Comunicación Social (11 de mayo de 2018)

Cada descripción de Campaña contiene una temática, fechas de aplicación, objetivos, metas, presupuesto estimado y estrategias de comunicación.

Programación:

Algunas de las campañas y publicaciones que se organizan a través de la Coordinación de Prensa de la UAQ sí tienen fechas definidas, como las convocatorias y la publicación de resultados; sin embargo, en su mayoría son de carácter permanente y responden a los temas coyunturales.

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Campaña Convocatoria ingreso a Escuela de Bachilleres, Licenciaturas, posgrado, programas de actualización de Facultades o unidades académicas	
Temática	Procedimientos y requisitos para ingresar a alguno de los programas educativos que oferta la UAQ
Fecha:	Julio y octubre (y las fechas que establezcan las Facultades o unidades académicas, dependiendo del caso)
Objetivos:	Estimular la participación de la ciudadanía para que acceda al servicio educativo de la Universidad Fijar las reglas y el puntaje necesario para acceder a los programas académicos, de capacitación, profesionalización o actualización de la UAQ
Metas de resultados:	Ocupar todos los lugares disponibles en los programas educativos Disminuir las quejas por falta de claridad en los procesos de admisión
Presupuesto:	\$600,000
Acciones comunicativas:	Inserciones pagadas en medios impresos Página WEB institucional Redes sociales de la UAQ



2. Campaña Rendición de cuentas de Rectoría

Temática	Informe de actividades de la Dra. Teresa García Gasca
Fecha:	Febrero (respetando fechas y plazos de la legislación correspondiente)
Objetivos:	Difundir los logros y retos de la administración central de la UAQ, a lo largo de un año de funciones
Metas de resultados:	Dar máxima difusión a las acciones emprendidas por la Rectoría y los objetivos del siguiente año.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicación de boletines de prensa Página WEB institucional Banners en sitios de internet de la UAQ Publicación de videos Spots en Radio UAQ 89.5 Spots en TvUAQ

3. Campaña Resultados de ingreso a Licenciaturas y Escuela de Bachilleres

Temática	Puntajes necesarios para ingresar a alguno de los programas educativos que oferta la UAQ y procedimiento de inscripción
Fecha:	agosto y diciembre ((y las fechas que establezcan las Facultades o unidades académicas, dependiendo del caso)
Objetivos:	Estimular la participación de la ciudadanía para que acceda al servicio educativo de la Universidad Fijar las reglas y el puntaje necesario para acceder a las licenciaturas de la UAQ
Metas de resultados:	Ocupar todos los lugares disponibles en los programas educativos Disminuir las quejas por falta de claridad en los procesos de admisión
Presupuesto:	\$600,000
Acciones comunicativas:	Inserciones pagadas en medios impresos Página WEB institucional Redes sociales de la UAQ



4. Campaña General de Difusión de actividades de la UAQ	
Temática	Promoción de actividades sociales, políticas, culturales y académicas organizadas por las Facultades, unidades administrativas, escuelas o instancias universitarias.
Fecha:	Permanente a lo largo del año
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none">• Difundir información sobre el funcionamiento de la UAQ.• Promocionar valores, principios y derechos desde la Universidad.• Difundir las campañas de voluntariado, educación y salud que organiza la Casa de Estudios.• Dar a conocer posiciones en los rankings, acreditaciones, certificaciones y premios a miembros de la comunidad universitaria.• Promover servicios de extensión y vinculación.• Difundir actividades relacionadas con la cultura y el deporte universitarios.• Informar sobre los acuerdos tomados en las sesiones de H. Consejo Universitario
Metas de resultados:	Conseguir el máximo impacto noticioso en los medios de comunicación
Presupuesto:	\$2,200,000
Acciones comunicativas:	Diseño de subcampañas para cada uno Página WEB institucional Publicación de videos Notas en TvUAQ Envío de boletines de prensa Concertación de entrevistas en medios impresos y electrónicos

5. Campaña Mensajes Extraordinarios	
Temática	Información relevante sobre una situación de carácter emergente o coyuntural no previsible
Fecha:	Sin especificar
Objetivos:	Atender a los miembros de la comunidad universitaria en materia de difusión de mensajes varios. Informar de manera oportuna sobre sucesos extraordinarios y relevantes, ocurridos al interior de la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Fomentar la integración entre los miembros de la comunidad universitaria, apuntando al bienestar colectivo; mostrando una imagen de cercanía por parte de las autoridades universitarias.



Presupuesto:	\$600,000
Acciones comunicativas:	Publicación de comunicados, desplegados, esquelas, condolencias y felicitaciones en medios impresos Publicación de esquelas, condolencias y felicitaciones en redes sociales de la UAQ





6. Campaña Universidad socialmente responsable	
Temática	Promoción de proyectos de investigación encabezados por estudiantes y docentes de la UAQ o de programas de fomento a la investigación
Fecha:	Permanente, semanal (exceptuando periodos vacacionales de la Universidad)
Objetivos:	Difundir los logros y retos de las diferentes Facultades y Escuelas en materia de investigación científica aplicada a resolver problemas sociales. Que los ciudadanos conozcan oportunamente de los resultados que la UAQ tiene, en materia de producción de investigación.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$1,000,000
Acciones comunicativas:	Publicación de boletines de prensa en medios impresos

7. Gaceta UAQ	
Temática	Publicación mensual que integra las actividades más relevantes del mes, brinda un espacio de columnas de opinión y difunde los proyectos y quehacer universitario. Cuenta con 11 secciones que contemplan: investigación, cultura, deporte, historia, egresados, raíces, planteles, salud y publicidad institucional
Fecha:	Permanente, mensual
Objetivos:	Difusión institucional de proyectos y quehacer universitario.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$44,594.81 mensuales
Acciones comunicativas:	Publicación de revista

8. Campaña Somos UAQ	
Temática	Celebración Autonomía, Día del amor y la amistad, Día del padre, día de la madre, Día del maestro, Día del estudiante, Festejos y Efemérides Universitarias.
Fecha:	Permanente



Objetivos:	Generar un sentido de pertenencia en alumnos, egresados, docentes y trabajadores de la UAQ; mediante diferentes publicaciones y plataformas que permitan, rescatar la Historia Universitaria, los símbolos y valores UAQ, además de generar vinculación e integración entre la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online

9. Mascotas Universitarias

Temática	Mascotas Universitarias Maju y Dän
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Por medio de los Gatos Salvajes, generar un sentido de identidad en alumnos, egresados, docentes y trabajadores de la UAQ; mediante diferentes publicaciones que generen vinculación e integración entre la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online

10. Xhani

Temática	Reconocimiento a los docentes y su quehacer en la formación de los estudiantes universitarios.
Fecha:	Anual
Objetivos:	Reconocer el esfuerzo dedicado a la academia y la contribución en el desarrollo de nuestra institución con el Galardón Xahni UAQ. Un reconocimiento anual a los profesores mejor evaluados por la comunidad estudiantil, en cada Facultad
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.



Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online

11. UAQ PARA NIÑOS

Temática	Promoción de la conexión de los niños con la Universidad.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Integración de pequeños a los proyectos y programas institucionales pertinentes, mediante las mascotas universitarias
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Ilustraciones, videos, mupis. Online y BTL.

12. Género UAQ

Temática	Contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género, familiar o motivada por origen étnico.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Promover la igualdad, la equidad y la no discriminación. Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Ilustraciones, videos. Online y BTL.

13. Videos Institucionales

Temática	Difundir, promover o invitar a la comunidad a conocer los proyectos, eventos o mensajes que la Universidad quiera posicionar.
Fecha:	Permanente



Objetivos:	Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Video cine. Somos UAQ. Memoria UAQ

14. Convocatorias institucionales

Temática	Difundir, promover e invitar a la comunidad a participar en proyectos institucionales que involucren posicionar o generar un sentido de pertenencia.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Online e impresa.



CRONOGRAMA

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
CAMPAÑA 1												
CAMPAÑA 2												
CAMPAÑA 3												
CAMPAÑA 4												
CAMPAÑA 5												
CAMPAÑA 6												
CAMPAÑA 7												
CAMPAÑA 8												
CAMPAÑA 9												
CAMPAÑA 10												
CAMPAÑA 11												
CAMPAÑA 12												
CAMPAÑA 13												
CAMPAÑA 14												

EVALUACIÓN

En primera instancia, la evaluación de las campañas implementadas por la Coordinación de Prensa de la UAQ puede hacerse a través del Análisis de Impacto mediático, en donde, de forma semanal, se mide estadísticamente el impacto mediático de las mismas; y se toman en cuenta variables como cantidad de menciones, top stories, calificación de la información, actor principal, y origen de la información, por mencionar algunas.

En segundo momento, se pueden instrumentar estudios de opinión para conocer el nivel de conocimiento e impacto en los públicos objetivo; así como la percepción que se tiene de esta Casa de Estudios y la efectividad de la mezcla de medios que se utiliza para dar difusión a las campañas.

