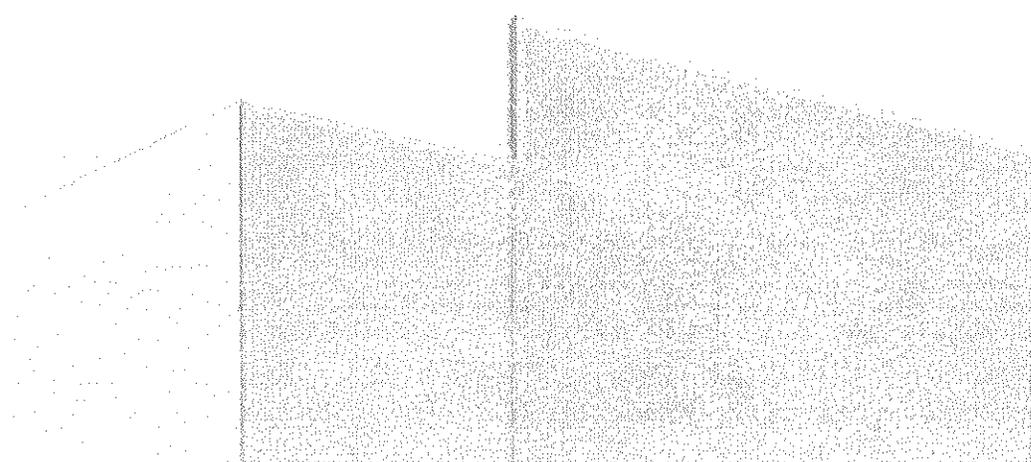


**UNIVERSIDAD CIUDADANA
DE NUEVO LEÓN**

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

JEFATURA DE COMUNICACIÓN.

A decorative graphic in the bottom left corner, composed of several overlapping, semi-transparent rectangular shapes with a fine, grid-like texture, creating a layered effect.

2024



OBJETIVO GENERAL DEL ENTE PÚBLICO.

Universidad Ciudadana de Nuevo León.

La **Universidad Ciudadana de Nuevo León** fue creada mediante **Decreto Ejecutivo el 27 de mayo de 2016**, con la facultad de ofrecer planes de estudio de nivel Bachillerato, Licenciatura y Maestría en línea y gratuitos. Su propósito fundamental es garantizar una formación académica accesible, flexible, innovadora y de alta calidad para todos los ciudadanos de Nuevo León, promoviendo el desarrollo educativo, económico y social.

Objetivo General.

Ser la institución educativa líder en formación profesional gratuita y en línea, garantizando **acceso universal a la educación, excelencia académica y pertinencia laboral**, mediante la aplicación de modelos innovadores, tecnología de vanguardia y estrategias de inclusión social.

Para alcanzar este objetivo, la Universidad se enfoca en las siguientes vertientes:

1. Formación de Profesionistas Competitivos y Comprometidos.

- Desarrollar individuos con actitud científica, creatividad y espíritu emprendedor.
- Garantizar egresados con habilidades y conocimientos alineados a las necesidades del sector productivo del Estado.

2. Expansión de la Educación y Reducción de la Brecha Educativa.

- Ampliar las oportunidades de estudio en bachillerato, licenciatura y posgrado.
- Priorizar la atención a regiones y grupos sociales con limitado acceso a la educación formal.
- Implementar estrategias de cobertura para garantizar educación en comunidades rurales y urbanas.

3. Fortalecimiento de la Innovación y Tecnología Educativa.

- Integrar herramientas digitales de vanguardia en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Impulsar el aprendizaje autónomo mediante el Modelo Pedagógico Institucional.
- Implementar programas de capacitación y certificación en habilidades clave para la empleabilidad.

4. Desarrollo de Alianzas Estratégicas Nacionales e Internacionales.

- Gestionar convenios con instituciones públicas y privadas para fortalecer la oferta educativa.
- Vincular los programas académicos con el mercado laboral y las necesidades del sector empresarial.
- Potenciar la movilidad académica y la certificación de competencias en el ámbito global.

5. Responsabilidad Social y Compromiso con el Desarrollo Humano.

- Fomentar valores de respeto, honestidad, empatía, compromiso, responsabilidad y dedicación.
- Diseñar programas educativos con impacto intergeneracional en la comunidad.
- Promover la equidad de género, la inclusión y la diversidad en todos los niveles educativos.

Modelo Educativo y Enfoque Pedagógico.

El **Modelo Pedagógico de la UCNL** tiene un enfoque integral, basado en la formación de individuos capaces de aprender de manera autónoma y aplicativa. Su estructura se compone de tres elementos fundamentales:

- **Finalidad Formativa:** Desarrollar un perfil de egreso alineado a las necesidades del mercado y la sociedad.
- **Organización Curricular:** Adaptar los planes de estudio a los proyectos educativos individuales y a la realidad laboral.



- **Responsabilidad Integral Universitaria:** Garantizar una educación con impacto social, profesional y disciplinario.

Impacto y Alcance del Objetivo General.

Como resultado de este enfoque, la Universidad Ciudadana de Nuevo León no solo ofrece planes de estudios de educación media superior y superior en línea, gratuitos, flexibles y de calidad, sino que genera **inclusión, equidad y fortalecimiento de la educación** a través de la reducción de la brecha educativa y el fomento de una comunidad universitaria incluyente y con visión de futuro.

Este objetivo reafirma el compromiso de la Universidad Ciudadana de Nuevo León con la excelencia, la innovación y el desarrollo sostenible, asegurando que cada estudiante tenga la oportunidad de construir un mejor porvenir para sí mismo y para su comunidad.



**MANUAL DE OPERACIONES
COMUNICACION.**

**RESPONSABLE
RECTOR.**

I. Introducción.

En la era de la información y la globalización, la comunicación efectiva se ha convertido en un elemento esencial para el éxito y crecimiento de las instituciones educativas. La Universidad Ciudadana de Nuevo León, comprometida con la formación de profesionales integrales y conscientes de su entorno, reconoce la importancia vital de establecer canales de comunicación sólidos, transparentes y dinámicos que conecten a todos los miembros de nuestra comunidad universitaria y proyecten nuestra visión al mundo exterior.

El presente manual de operaciones documenta el conjunto de servicios que ofrece la jefatura de control escolar, para da cumplimiento a los objetivos de la universidad.

II. Objetivo.

El presente Manual de Operaciones de la Jefatura de Comunicación se ha elaborado con el propósito de servir como una guía estratégica y operativa que unifique criterios, procedimientos y políticas en materia de comunicación.

III. Estructura Orgánica

1. Jefatura de Comunicación.

a) Objetivo.

- ❖ La jefatura de comunicación tiene la labor de coordinar de forma oportuna la información que emana de la institución, hacia la opinión pública por diversos canales de comunicación, como lo son las redes sociales (Facebook e Instagram). Además, fomentar la cohesión y el compromiso entre los miembros de la institución e informar sobre noticias, logros y eventos relevantes.

b) Facultades.

1. Atención y resolución de dudas.

- Aclarar dudas y proporcionar información a través de Facebook, Instagram o correo electrónico; Responder tanto en el muro, así como también en mensajes privados.
- Contestar amablemente y explicar de manera explícita y clara para evitar mal entendidos sobre el tema tratado o quejas de la plataforma.
- Mostrar empatía y asegurar al alumno que su situación es comprendida y será reportada al área correspondiente.
- Formular preguntas concisas para obtener más información sobre el problema presentado.
- Resolver utilizando todas las herramientas disponibles. En caso necesario, elaborar el reporte adecuado para canalizar el problema a la dirección correspondiente.

2. Gestión de Mensajes y Comunicación.

- Revisar los mensajes pendientes, empezando por los más antiguos.

- Responder a todas las dudas o solicitudes iniciando siempre con un saludo personalizado.
- Planificar semanalmente el contenido a publicar en Facebook, con autorización y gráficos del departamento de comunicación de la secretaria de Educación.
- Publicar información importante para los alumnos cada tercer día, incluyendo consejos de concentración, tips ortográficos, efemérides y avisos urgentes.

3. Coordinación y Supervisión.

- Calendarizar semanal o mensualmente para que el diseñador prepare los gráficos necesarios. Informar a los alumnos sobre eventos y fechas importantes tanto en redes sociales como en la plataforma.
- Mantener total atención a Facebook de 8:00 am a 6:00 pm, contestando las dudas tanto en el muro como en mensajes privados.
- Asegurar que la información en Facebook sea conocida por los centros de enlace, personal administrativo, directores y tutores.
- Informar a los departamentos involucrados la información que se quiere transmitir.
- Mantener contacto diario con la coordinación de Control Escolar para estar al tanto de los movimientos y acciones a informar a los alumnos.
- Verificar la información que aparece en medios impresos, redes sociales y Centros de Enlace.
- Transmitir la información a analistas de centros de enlace, quienes atienden a los alumnos en diversos municipios de Nuevo León.
- Unificación de Información: Asegurar que la información sobre fechas de inscripción, inicio de clases, vacaciones, entrega de papelería, etc., esté unificada y correctamente informada para evitar malentendidos.
- Las áreas correspondientes deben informar a la persona encargada de comunicación para asegurar que todo el personal esté al tanto y no haya desinformación.

c) Puestos Subordinados.

- Analista de Comunicación.
- Analista de Gráficos y Multimedia.
- Analista de Corrección.

1.2 Analista de Comunicación.

a) Objetivo:

- ❖ Se encarga de apoyar en la coordinación de la información que se genera en la institución y asegurar que llegue de manera oportuna a la opinión pública a través de diversos canales de comunicación, como las redes sociales (Facebook e Instagram).

b) Facultades:

- Administrar las cuentas de redes sociales de la institución (Facebook, Instagram) publicando contenido relevante y respondiendo a los comentarios y mensajes.
- Colaborar en la redacción y distribución de boletines informativos, comunicados de prensa y publicaciones internas.
- Asistir a eventos de la institución para tomar fotografías y realizar publicaciones en tiempo real en las redes sociales.
- Seguir y recopilar información sobre la cobertura mediática de la institución y preparar informes de análisis.
- Asistir en la organización y ejecución de campañas de comunicación y eventos especiales.

1.3 Analista de Corrección.

a) Objetivo:

- ❖ Garantizar la calidad y coherencia de todos los materiales escritos de la universidad, reflejando una comunicación profesional y alineada con la identidad institucional.

b) Facultades:

- Editar y corregir textos para publicaciones, comunicados, materiales promocionales y contenido digital.
- Asegurar la correcta ortografía, gramática y estilo en todos los documentos.
- Mantener y actualizar el manual de estilo institucional.
- Capacitar al personal en su aplicación y resolver consultas relacionadas.
- Trabajar con diferentes áreas para garantizar que los mensajes escritos sean claros y efectivos.
- Asesorar en la redacción de documentos institucionales.

1.4 Analista Grafico y Multimedia.

a) Objetivo:

- ❖ Diseñar y producir materiales gráficos y contenidos multimedia innovadores que fortalezcan la identidad visual de la universidad, haciendo la comunicación institucional más atractiva y coherente en todos los medios y plataformas, y mejorando la experiencia de los usuarios tanto en entornos digitales como impresos mediante la autorización previa de los mismos.

b) Facultades:

- Diseñar materiales gráficos para campañas, eventos y publicaciones institucionales.
- Crear contenido audiovisual: videos, animaciones y fotografía que transmitan eficazmente los mensajes clave de la universidad.
- Mantener la coherencia de la identidad visual de la universidad en todas las comunicaciones y materiales.

IV. Políticas y Lineamientos.

1. Canales de Información.

- Red Social.
- Portal de Internet.
- Centro de Atención Estudiantil.
- Centros de Enlace.
- Rectoría.

2. Atención en Facebook.

- Atención de Red Facebook, se responden dudas y se da información a toda persona que la requiera vía Facebook por muro o inbox.
- Contestar amablemente, explicarle al alumno de la manera más amable y explícita para que no se quede con dudas, del tema que se esté tratando, o queja que se tenga de la plataforma.
- Mostrar empatía, hacer ver al alumno que entendemos su situación y se pasará el reporte a el área correspondiente.
- Hacer preguntas concisas para obtener más información sobre el problema que se presenta.
- Resolver (utilizar todas las herramientas a la mano para resolver la duda y/o inconveniente). En caso de ser necesario elaborar el reporte adecuado, llenando los campos solicitados en el documento designado para ello y así canalizar el problema del alumno al departamento adecuado.
- Consultar los mensajes pendientes por leer, empezando por el mensaje más antiguo hasta el más reciente.
- Responder a toda duda o solicitud iniciando siempre con un saludo personalizado. "Buenas tardes (nombre del alumno), días, etc.
- Planeación semanal de lo que se publicará en Facebook, con la autorización y realización de gráficos por parte del departamento de comunicación de Secretaría de Educación.
- Se debe publicar todo tipo de información que sea de importancia para el alumno, para lo cual se requiere que cada tercer día haya mínimo una publicación con información de interés para el estudiante, consejos de concentración, tips ortográficos, efemérides, etc.

- Además de las coyunturales (Lo que se requiera de urgencia como avisos de última hora de suma importancia).
- Calendarización semanal o mensual para que el diseñador trabaje en los gráficos que se requieren en la semana.
- Por medio de la red social, además de en la plataforma se informara a los alumnos, los eventos y fechas importantes en las que se involucren alumnos y Universidad.
- Es de suma importancia la total atención de Facebook de 8:00 am a 18:00 hrs. Contestando a los alumnos sus dudas tanto en muro como en inbox.
- Toda la información que aparezca en Facebook, deberán conocerla los centros de enlace, Call Center (Atención a estudiantes), coordinadores y tutores.
- Es responsabilidad del área de comunicación informar a los departamentos involucrados con los estudiantes, la información que se quiere transmitir.
- Comunicación debe estar en contacto diario con el área escolar para saber de los movimientos y acciones que se harán para informarlo a los alumnos.
- Es de suma importancia estar pendiente de verificar la información que salga tanto en medios impresos como en redes y por medio de Call Center y Centros de Enlace.
- Debido a que el departamento de atención a estudiantes (Call Center) depende del área de comunicación, esta debe estar en constante comunicación con el supervisor de atención telefónica.
- Pasar la información que se dará por red social y por plataforma a los coordinadores de centros de enlace, y por ende a Call Center, ya que son los que atienden a los alumnos en los diferentes municipios de Nuevo León.
- La información de fechas de inscripción, inicio de clases, vacaciones, entrega de papelería, etc. debe de estar unificada y debidamente informada para que no haya malos entendidos entre tutores, alumnos y personal en general de la UC, para que esto se logre, las diferentes áreas deben informar a la persona encargada de comunicación lo que consideren importante sea comunicado a todo el personal de la Universidad, con la



**MANUAL DE OPERACIONES
COMUNICACION.**

**RESPONSABLE
RECTOR.**

- intención de que todo el personal este en el mismo canal y no se mal informe.

3. Comunicación Interna.

- ❖ El objetivo principal es que toda información que sale al exterior este unificada y sea de conocimiento de todo personal que labora para la Universidad Ciudadana.

4. Acciones a tomar en principio para que se logre el objetivo.

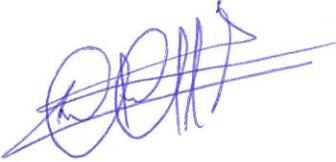
- El departamento de comunicación debe estar en contacto directo con Recursos Humanos, para poder informar a todos los que laboran para la Universidad de las acciones que los involucren, además de estar atento a los cumpleaños, avisos importantes a los empleados, invitación a eventos fuera de horario de trabajo, etc. pasar la felicitación de parte de la Universidad Ciudadana a los empleados.
- Se subirá toda información a un drive al que tendrán acceso las personas que laboran en la UC, con el fin de que sea uniforme la información que se da tanto en Facebook, como en Call Center (Centro de atención a estudiantes) y en los centros de enlace.



MANUAL DE OPERACIONES
COMUNICACIÓN.

RESPONSABLE
RECTOR.

V. Validación del procedimiento.

ELABORA	REVISÓ	AUTORIZA
		
LIC. CHRISTOPHER ALVAREZ MARTINEZ. JEFATURA RECURSOS HUMANOS DE LA UNIVERSIDAD CIUDADANA DE NUEVO LEÓN.	LIC. ROBERTO CARLOS RINCÓN HERNÁNDEZ. COORDINADOR ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD CIUDADANA DE NUEVO LEÓN.	LIC. ABERTO DANIEL MORA URBINA. RECTOR DE LA UNIVERSIDAD CIUDADANA DE NUEVO LEÓN.

