

Resolución Rectoral N° 022
30 de octubre de 2019

“POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECE EL COMITÉ DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REFORMADA”

El Rector de la Corporación Universitaria Reformada, en uso de sus atribuciones legales, estatutarias y en especial las conferidas por la Ley 30 de 1992, la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013, y

CONSIDERANDO

Que en virtud de la autonomía universitaria otorgada por el artículo 69 de la Constitución Política, las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos y reglamentos.

Que con el fin de proveer a la CUR de una comunicación más alineada y unificada, se deben establecer parámetros que se deben cumplir para desarrollar la acción de la comunicación, que proyecten la imagen e identidad de la institución de excelencia comprometida con la academia, la investigación, sostenibilidad, extensión y la internacionalización.

Que se requiere la creación del Comité de Comunicación Organizacional de la Corporación Universitaria Reformada, para que cumpla las funciones de ente regulador y asesor de los procesos, tan definitivos para la vida universitaria, como el ejercicio y la promoción de la transparencia administrativa y la permanente rendición de cuentas.

Que la comunicación debe estar articulada al quehacer institucional, a fin de contribuir a la observancia de los principios y valores de la Institución y al cumplimiento de lo establecido en el Estatuto General.

Que la comunicación en la Corporación Universitaria Reformada es considerada transversal a todas las actividades institucionales y debe facilitar la toma de decisiones y de construcción de proyectos estratégicos, así como contribuir al clima laboral y a generar y consolidar el sentido de pertenencia por la Institución.

RESUELVE

Artículo 1°. Crear y reglamentar el Comité de Comunicaciones Organizacionales de la Corporación Universitaria Reformada.

Artículo 2°. **Definición.** El Comité de Comunicaciones Organizacionales trabajará de manera unificada en favor de los procesos de comunicación, circulación y apropiación social

del conocimiento, así como en la unificación de criterios de promoción y mercadeo de la Corporación Universitaria Reformada, orientando y regulando los productos de la comunicación interna y externa, a través del monitoreo permanente de las actividades y procesos de divulgación académica, publicidad y mercadeo, que sean necesarios para interactuar de manera efectiva con diversas comunidades, entorno al desempeño institucional, brindando transparencia a la gestión universitaria.

Artículo 3°. Conformación. El Comité de Comunicación Organizacional, estará integrado por:

1. Vicerrectoría de Asuntos Académicos y de Investigación.
2. Vicerrectoría de Extensión y Relaciones Interinstitucionales.
3. Dirección de Investigaciones e innovación.
4. Dirección Administrativa y Financiera.
5. Secretaria General.

Artículo 4°. El Comité de Comunicación Organizacional ejercerá las siguientes funciones:

- a) Avalar en las distintas instancias de la Universidad, el uso adecuado de la imagen de identidad visual corporativa de la Institución, así como brindar el apoyo oportuno y la asesoría necesaria para este fin.
- b) Asesorar en el manejo de las relaciones con medios de comunicación externos, con miras a fortalecer la proyección de la Institución. En ese sentido, todas las comunicaciones institucionales dirigidas a los medios externos se gestionarán y canalizarán a través de la Coordinación de Comunicaciones.
- c) Establecer las estrategias generales para la producción y difusión de la información de la Corporación Universitaria Reformada.
- d) Fortalecer la imagen institucional y contribuir a la consolidación de la identidad, pertenencia y permanencia universitaria, por parte de los estamentos vinculados a ella y aquellos que deseen formar parte de esta comunidad académica.
- e) Coordinar con rapidez y capacidad de gestión la comunicación interna y externa ante cualquier situación de crisis, estableciendo la estrategia y la táctica a seguir para informar durante tal situación, de tal forma que se proteja la imagen y reputación institucional del impacto negativo que se pueda tener.
- f) Unificar criterios y definir lineamientos institucionales de producción y programación de contenidos y temáticas para medios de comunicación impresos, virtuales, televisivos y radiales, en cuanto a calidad, pertinencia y diseño, de acuerdo con las políticas de comunicación institucional interna y externa.
- g) Proponer acciones y estrategias para mejorar los procesos de comunicación organizacional y aquellos orientados hacia los grupos de interés.
- h) Proponer mecanismos eficientes de socialización de información institucional y estrategias para el manejo de los medios de comunicación dirigidos a la ciudadanía, la comunidad universitaria y demás actores interesados en la institución. Evaluar la eficiencia, eficacia y efectividad de las acciones comunicativas de la institución y formular los respectivos planes de mejoramiento.

- i) Establecer las directrices generales y velar por el buen uso, manejo y aplicación de los diferentes logos, emblemas, nombres, marcas y/o símbolos de la Institución, con el fin de generar una cultura de protección a la imagen corporativa de la institución.
- j) Procurar una permanente actualización de los medios de comunicación con los que cuenta la universidad, para estar acorde con los avances tecnológicos que los hagan más eficientes y/o amplíen su cobertura.

Artículo 5°: La presente resolución entrará en vigor a partir de su fecha de expedición.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Barranquilla a los treinta (30) días del mes de octubre del año 2019.



HELIS HERNÁN BARRAZA DÍAZ
Rector

Esta resolución es referendada para su constancia por la Secretaría General.



JANNERIS RODRIGUEZ GÓMEZ
Secretaria General