



ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia: **Coordinación General de Comunicación Social**

Institución: **Universidad de Colima**

Fecha de elaboración: **17 de enero de 2025**

Misión de la Universidad de Colima:

Somos una universidad pública y autónoma, comprometida con el desarrollo social que ofrece educación integral, pertinente y de calidad en la formación inclusiva, igualitaria y sostenible de bachilleres, profesionales y científicas/os con pensamiento crítico, humanista y ético, mediante la docencia, la investigación y la extensión, que fomenta la creatividad y la transferencia de la tecnología, con perspectiva global, en un marco institucional de transparencia y oportuna rendición de cuentas.

Visión 2030 de la Universidad de Colima:

La Universidad de Colima en el 2030 es una institución socialmente responsable reconocida en el mundo por su calidad y pertinencia, además por su contribución sistémica y creativa para el desarrollo igualitario, democrático y sustentable, y se distingue por:

- La formación orientada al desarrollo integral de ciudadanos creativos, globalmente competentes en su ámbito laboral, socialmente solidarios y comprometidos; formados en programas educativos pertinentes, inclusivos y de calidad, con perspectiva científica, humanista, flexible, innovadora y centrada en el aprendizaje y el uso de las tecnologías de información y comunicación.
- El reconocimiento de la calidad de la investigación científica para atender las necesidades sociales del Estado, contribuir al desarrollo de la entidad, la región y el país y aportar al conocimiento universal.

- El éxito de sus relaciones de cooperación académica y cultural con personas, instituciones y organizaciones nacionales y extranjeras, basadas en la reciprocidad y estructuras flexibles.
- Liderar el análisis crítico de la sociedad para contribuir al desarrollo sostenible, responder y anticiparse a las necesidades del entorno mediante los saberes universitarios que involucran el arte, la ciencia, la tecnología y la innovación, en un esquema de corresponsabilidad y compromiso social.
- La gobernanza institucional apoyada en un sistema de gestión ético, ágil, transparente, flexible y de calidad que hace de su autonomía un ejercicio sustentable y socialmente pertinente.

Objetivos estratégicos de la Universidad de Colima:

1. Incrementar el acceso a los servicios de educación media superior y superior, pertinentes y de calidad para la población de 15 a 23 años del estado de Colima.
2. Incrementar la investigación científica competitiva facilitando la formación de investigadores/as y la procuración de la atención de problemas del sector social y productivo.
3. Fortalecer proyectos de colaboración entre universidad-sociedad-empresa orientados a la extensión-vinculación con los sectores de la sociedad.
4. Fortalecer los procesos para el desarrollo eficiente y eficaz de la gobernanza institucional.

Objetivo estratégico (del plan anual de comunicación de la Coordinación General de Comunicación)

Fortalecer la identidad institucional y el sentido de pertenencia mediante la difusión del ser y quehacer institucional de manera eficaz, eficiente, constante y oportuna a través recursos comunicacionales multiformato.

Metas institucionales (sectoriales) del PIDE:	Sectoriales a los que contribuye el plan de comunicación:
1) Educación pertinente y de calidad	<input checked="" type="checkbox"/>
2) Investigación para la formación y el desarrollo	<input checked="" type="checkbox"/>
3) Extensión Universitaria	<input checked="" type="checkbox"/>
4) Gobernanza institucional	<input checked="" type="checkbox"/>

Estrategias transversales del PIDE:	Estrategias transversales a las que contribuye el plan de comunicación:
Estrategia 1.1.2. Asegurar la atención de matrícula en PE pertinentes y de calidad incorporando transversalmente el desarrollo sostenible, la perspectiva de género, la mediación tecnológica y la internacionalización.	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia 2.1.2. Generar un programa de divulgación científica que sea atendido por el profesorado para la promoción social del conocimiento.	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia 3.1.3. Generar el instrumento de evaluación a los programas de extensión-vinculación, eventos, exposiciones para conocer la satisfacción en públicos y estudiantes.	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia 4.1.1. Fomentar la participación colegiada de la comunidad universitaria en el desarrollo de la planeación institucional.	<input checked="" type="checkbox"/>

Programa sectorial	Objetivo estratégico y/o transversal	Tema específico derivado de los objetivos estratégicos y/o transversales
1. Educación pertinente y de calidad	Incrementar el acceso a servicios de educación media superior y superior, pertinentes y de calidad para la población de 15 a 23 años del Estado de Colima.	Docencia, Investigación, Extensión y Gobernanza
2. Investigación para la formación y el desarrollo	Incrementar la investigación científica competitiva facilitando la formación de investigadores/as y la procuración de la atención de problemas del sector social y productivo.	
3. Extensión universitaria	Fortalecer proyectos de colaboración entre universidad-sociedad-empresa orientados a la extensión-vinculación con los sectores de la sociedad.	
4. Gobernanza institucional	Fortalecer los procesos para el desarrollo eficiente y eficaz de la gobernanza institucional.	

Medios electrónicos: \$1,050,216.00 Medios complementarios: \$

Medios impresos: \$450,880.00 Diseño, Producción, Post-Producción: \$

Medios digitales: \$1,998,904.00 Total: \$3,500,000.00

Mtro. Jorge Martínez Durán
Coordinador General de Comunicación Social

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia: Coordinación General de Comunicación Social

Fecha de elaboración: 17 de enero de 2025

CAMPAÑA No.1					
Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo de medio	
		Tiempos comerciales (Medios externos)			
Nombre de la campaña: #SerUdeC		Complementarios <input type="checkbox"/>	Impresos <input checked="" type="checkbox"/>		
Versión(es):	Actividades cotidianas relacionadas con las agendas culturales, deportivas, académicas y de gestión institucional, así como la difusión o divulgación de la ciencia, el medio ambiente, la igualdad de género o la universidad digital.		Radio <input checked="" type="checkbox"/>		Plataformas digitales <input checked="" type="checkbox"/>
Tema específico:	Quehacer universitario				
Objetivo de comunicación: Difundir entre la comunidad universitaria y sociedad en general, las actividades cotidianas que se realizan en la Universidad de Colima.		Medios digitales		\$1,612,827.36	
Clasificación de la campaña: Docencia, investigación, extensión, internacionalización, igualdad de género, medio ambiente, universidad digital y gobernanza institucional.		Radiodifusoras		\$790,216.00	
Población objetivo:	Comunidad universitaria y sociedad en general	Diarios locales y Revista		\$242,556.64	
Tipo de población:	Urbana y rural 15 a 65 años	Presupuesto asignado a la campaña		\$2,645,600.00	
Vigencia de la campaña:	Todo el año	Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101		75.59%	

Mtro. Jorge Martínez Durán
Coordinador General de Comunicación Social

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia: Coordinación General de Comunicación Social

Fecha de elaboración: 17 de enero de 2025

CAMPAÑA No. 2				
Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo de medio
		Tiempos comerciales (Medios externos)		
Nombre de la campaña: #Admisión2025UdeC		Complementarios <input type="checkbox"/>	Impresos <input checked="" type="checkbox"/>	
Versión(es):	Proceso de admisión, jornadas profesiográficas, convocatorias, exámenes de ingreso, resultados, inscripciones, segundas opciones, entre otras.	Radio <input checked="" type="checkbox"/>	Plataformas digitales <input checked="" type="checkbox"/>	
Tema específico:	Oferta educativa en los niveles medio superior, superior y posgrado que ofrece la Universidad de Colima.			
Objetivo de comunicación: Difundir en Colima y la región los procesos de admisión y los diferentes programas educativos con los que cuenta la Universidad de Colima.		Medios digitales		\$285,897.20
Clasificación de la campaña: Docencia		Radiodifusoras		\$190,000.00
Población objetivo: Jóvenes estudiantes de secundaria, preparatoria y licenciatura de la entidad, así como sus familias.		Diarios locales y Revistas		\$172,042.80
Tipo de población:	Urbana y rural. 15 a 35 años.			
Vigencia de la campaña:	Febrero – Agosto 2025	Presupuesto asignado a la campaña		\$647,940.00
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101		18.51%

Mtro. Jorge Martínez Durán
Coordinador General de Comunicación Social

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia: Coordinación General de Comunicación Social

Fecha de elaboración: 17 de enero de 2025

CAMPAÑA No. 3				
Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo de medio
		Tiempos comerciales (Medios externos)		
Nombre de la campaña: #Informe2025UdeC		Complementarios <input type="checkbox"/>	Impresos <input checked="" type="checkbox"/>	
Versión(es):	Informe institucional de labores que considera los siguientes temas: Matrícula escolar, programas educativos, becas, investigación y desarrollo; presupuesto, logros y reconocimientos artísticos, deportivos, culturales y académicos, movilidad, convenios de colaboración, fortalecimiento a la igualdad de género, medio ambiente, entre otras.	Radio <input checked="" type="checkbox"/>	Plataformas digitales <input checked="" type="checkbox"/>	
Tema específico:	Rendición de cuentas de las principales actividades en materia de docencia, investigación, extensión y gobernanza.			
Objetivo de comunicación: Difundir los principales resultados de gestión en las áreas sustantivas de la institución, la internacionalización, universidad digital, igualdad de género, medio ambiente y gobernanza institucional.		Medios digitales		\$100,179.44
Clasificación de la campaña: Docencia, investigación, extensión y gobernanza		Radiodifusoras		\$70,000.00
Población objetivo: Comunidad universitaria y sociedad en general		Diarios locales		\$36,280.56
Tipo de población:	Urbana y rural de 15 a 65 años			
Vigencia de la campaña:		Diciembre 2025		
		Presupuesto asignado a la campaña		\$206,460.00
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101		5.90%