

RESOLUCIÓN N° 0965

Viedma, 22 OCT 2019

VISTO, el expediente N° 1557/2019, del registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO, y

CONSIDERANDO

Que resulta apropiado dar a conocer a la comunidad universitaria los correctos procedimientos de requerimientos comunicacionales como los servicios brindados por las distintas áreas dependientes de la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS.

Que es necesario regular los procedimientos comunicacionales de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO.

Que la presente se dicta en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 18° del Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO.

Por ello,

EL RECTOR

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

RESUELVE

ARTÍCULO 1°.- Aprobar el PROCEDIMIENTO DE SOLICITUDES COMUNICACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO, que como Anexo integra la presente.

ARTÍCULO 2°.- Registrar, comunicar, publicar y archivar.



Lic. JUAN CARLOS DEL BELLO
RECTOR
Universidad Nacional de Río Negro

ANEXO – RESOLUCIÓN Nº 0965

PROCEDIMIENTO DE SOLICITUDES COMUNICACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RIO NEGRO

La presente normativa tiene como objetivo mejorar y definir los mecanismos de comunicación interna y externa de la Universidad Nacional de Río Negro y lograr resultados de calidad, conforme a las exigencias de nuestra institución. Tiene como finalidad velar por la implementación correcta de los mensajes visuales y/o escritos que se emiten tanto a nivel interno como externo y facilitar el trabajo y la gestión de las distintas unidades involucradas.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

ARTÍCULO 1º.- La DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL es la única área responsable de implementar las campañas de comunicación de la institución (de prensa o publicitarias, externas e internas), a través de cualquiera de los canales de comunicación y de redes sociales institucionales y/o de los medios de prensa, cuando se requiera. Es, además, el área responsable de administrar los contenidos de la página web institucional.

ARTÍCULO 2º.- Los DEPARTAMENTOS DE PUBLICIDAD, PRENSA Y DIFUSIÓN de cada Sede, son las únicas áreas responsables de implementar las campañas de comunicación externas e internas a nivel sedes, por cualquiera de los medios de comunicación y de redes sociales oficiales, y de ejecutar campañas de prensa específicas de cada sede, cuando se requiera.

ARTÍCULO 3º.- Es competencia exclusiva de la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL la gestión de la comunicación institucional, se trate tanto de comunicaciones del Rector como de cada unidad de gestión del Rectorado y/o de programas y actividades que atraviesen a la institución.

ARTÍCULO 4º.- Toda la comunicación de la universidad, sea institucional o de sede deberá realizarse a través de una única plantilla de gacetilla institucional, cuyo emisor se diferenciará por la nota al pie.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS CREATIVOS, ARTE Y PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL

ARTÍCULO 5°.- La única unidad operativa de la UNRN entre cuyas funciones está el diseño, creatividad, producción y realización de piezas gráficas destinadas a la promoción y difusión de cualquier actividad desarrollada por la institución es la DIRECCIÓN DE LA RED DE MEDIOS (REDM), de acuerdo con los tiempos consignados en el ANEXO I de la presente.

ARTÍCULO 6°.- Las únicas unidades operativas de la UNRN habilitadas para la realización de piezas audiovisuales e interactivas institucionales o de contenidos derivados de cualquiera de las actividades de la institución, cuya realización tiene como objetivo la difusión institucional de dichas actividades son la DIRECCIÓN DE LA RED DE MEDIOS y el CENTRO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

ARTÍCULO 7°.- Para las producciones audiovisuales e interactivas los requerimientos serán solicitados directamente a la SUBSECRETARÍA de COMUNICACIÓN Y MEDIOS.

LA GESTIÓN DE LA MARCA UNRN

ARTÍCULO 8°.- La regulación y el control del uso de la marca de la UNRN compete a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE LA UNRN, quien a través de la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL establece el correcto uso del MANUAL DE MARCA DE LA UNRN.

ARTÍCULO 9°.- La eventual gestión comercial de la marca UNRN corresponde a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE LA UNRN, quien se encargará de gestionar las diversas aplicaciones comerciales de la marca.

ARTÍCULO 10°.- Los solicitantes del uso de la marca UNRN para ser enviada a otras organizaciones con las cuales se establecieron convenios o actividades cecoordinadas tendrán que acompañar dicha solicitud con la resolución aprobatoria correspondiente.

ARTÍCULO 11°.- Queda absolutamente prohibida la realización y aplicación de otros logos que no correspondan a los realizados por la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE LA UNRN.

PROCEDIMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

ARTÍCULO 12°.- Las distintas áreas de gestión (Secretarías o Direcciones del Rectorado), las Unidades Ejecutoras dependientes del Rectorado que requieran la realización de campañas institucionales de comunicación, servicios creativos o de arte o producciones gráficas, deberán remitir a la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL dependiente de la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO, las correspondientes solicitudes en los términos establecidos en la planilla DE REQUERIMIENTOS correspondiente a cada actividad incluida en el ANEXO I de la presente.

ARTÍCULO 13°.- Las distintas áreas de gestión (Secretarías o Direcciones) de Sedes, Unidades Ejecutoras de cada Sede, Carreras y otras dependencias de Sedes, deberá remitir las solicitudes de campañas institucionales de comunicación, servicios creativos o de arte o producciones gráficas a los DEPARTAMENTOS DE PUBLICIDAD PRENSA Y DIFUSIÓN de la sede correspondiente, que a su vez, remitirá la solicitud de la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

ARTÍCULO 14°.- Los requerimientos de piezas digitales audiovisuales y/o interactivas deberán ser remitidas a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE LA UNRN, a través del documento REQUERIMIENTOS, en el que se consignarán las condiciones y características principales de la solicitud, y que deberán ser completados en su totalidad por las áreas solicitantes. (ANEXO I).

ARTÍCULO 15°.- Todos los requerimientos realizados tanto a la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL como a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS, deberán tener la aprobación del superior del área solicitante.

ANEXO I

1. REQUERIMIENTO DE CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS

1.1. Forma de presentación: por escrito y en soporte electrónico (formato de procesador de texto).

1.2. Plazos:

- Folletos: 20 días de anticipación.
- Banners: 20 días de anticipación.
- Afiches: 15 días de anticipación.
- Programas 15 días de anticipación.
- Invitaciones 5 días de anticipación.
- Avisos gráficos en medios del país: 10 días de anticipación.

1.3. Contenido:

1.3.1. Nombre de la campaña.

Tipo de actividad

Título

Descripción breve/objetivo

1.3.2. Público destinatario. (Especificar edad, sexo, nivel cultural, hábitos o cualquier detalle que ayude a la creación de imagen)

1.3.3. Fecha y lugar de la actividad

1.3.4. Organizadores (nombre y adjunto logos cuando se requiera).

1.3.5. Canales de comunicación propuestos (gráfica, cartelería, redes sociales).

1.3.6 Imagen sugerida o final.

1.3.7 Fecha de entrega pretendida.

ANEXO I

2. REQUERIMIENTO DE CAMPAÑA DE PRENSA Y DIFUSIÓN

1.1. Forma de presentación: por escrito y en soporte electrónico (formato de procesador de texto).

1.2. Plazos:

- Campaña de prensa: 5 días de anticipación.
- Conferencia de prensa: 10 días de anticipación.

1.3. Contenido:

QUÉ: qué desea comunicar.

POR QUÉ: motivo de la acción a comunicar.

REFERENCIAS: ¿Qué referencias tiene de algo similar que se haya realizado o se esté realizando?. Contexto.

A QUIÉNES: para quiénes es la información/destinatarios.

QUIÉNES: quiénes participan y organizan la actividad.

CUÁNDO: período o fecha en la que se desarrolla. Horario.

DÓNDE: lugar, dirección.

1.3.4. Organizadores

1.3.5. Canales de comunicación propuestos (gráfica, cartelería, redes sociales).

1.3.6 Fecha de entrega pretendida.