UNIVERSIDAD NACIONAL

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
Plan de trabajo

Abril, 2011

PROPÓSITO

Posicionar de manera adecuada y oportuna en la sociedad costarricense y sus diversos sectores, la importancia del papel que cumple la Universidad Nacional como institución pública de educación superior en el desarrollo del país, mediante sus áreas académicas: docencia, investigación, extensión y producción.

JUSTIFICACIÓN

Esta estrategia de comunicación corresponde a una necesidad derivada de una encuesta de percepción realizada por UNIMER a solicitud del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), donde se refleja que la mayoría de los costarricenses no tiene claridad sobre la contribución de las universidades al desarrollo del país y en la mayoría de los casos, las percepciones están vinculadas únicamente con la formación de profesionales.

IMPLEMENTACIÓN

Para la implementación de la presente estrategia es recomendable realizar dos esfuerzos simultáneos:

- En el ámbito interno que necesariamente debe partir de la integración de los tres sectores de la Universidad: estudiantes, personal académico y administrativo.
- En el ámbito externo se debe partir de la definición de los sectores con los que las diversas Facultades, Centros y Sedes mantienen nexos.

Para cada una de estas etapas:

- Se partirá de un diagnóstico integral como institución.
- Simultáneamente cada Facultad, Centro, Sede realizará un mapeo de públicos con los cuales se definirán estrategias que contribuyan a un mejor posicionamiento de la UNA en los sectores con los cuales se interactúa.

DIAGNÓSTICO

- Determinar el estado actual de la Universidad Nacional en relación con el quehacer académico de cada Facultad, Centro y Sede.
- Verificar que el Sistema de Información Académica de la Vicerrectoría Académica tenga la información homogénea, fidedigna, actualizada y accesible de los programas, proyectos y actividades académicas de cada Facultad, Centro y Sede.

DIAGNÓSTICO

- Recopilación de la información existente sobre percepción de la Universidad Nacional:
 - Encuesta de UNIMER.
 - Ranking internacional de las universidades
 - Encuesta de IDESPO sobre percepción de la UNA.

DIAGNÓSTICO

- Búsqueda en fuentes referenciales sobre estrategias de comunicación en otras universidades públicas y privadas a nivel nacional e internacional
- Políticas de comunicación publicadas en la Gaceta # 6 del 15 de abril del 2007.
- Otros insumos

OBJETIVO GENERAL

- Mejorar la imagen perceptual que tiene la sociedad costarricense con respecto a la Universidad Nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir estrategias de comunicación integrales dirigidas a los diferentes sectores en donde la Universidad Nacional desarrolla sus programas, proyectos y actividades académicas.
- Posicionar la Universidad Nacional en los diferentes sectores sociales según la filosofía de la Universidad Necesaria.

ETAPAS

- Determinar qué y cómo se va divulgar y promocionar el quehacer de la UNA.
- Diseñar una base de datos que permita el acceso oportuno y eficaz a la información que se genera en las unidades responsables de esta labor en la UNA.