



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
TEMUCO

PLAN
2030

Formulario de Proyecto Portafolios Estratégicos de Proyectos

Dirección de Comunicación y Marketing

Título Proyecto	Implementar una estrategia comunicacional que posicione a la Universidad más allá de la Araucanía.
Cargo Responsable	Director/a Comunicación y Marketing
Unidades colaboradoras	Vicerrectoría de Extensión y RRII

Decisiones Institucionales PDI 2030 (puede ser más de una)

Decisión 1: Actualizar, diversificar y articular la oferta formativa	
Decisión 2: Inclusión y Equidad	
Decisión 3: Ser Referente en Interculturalidad	
Decisión 4: Desarrollo del Posgrado	
Decisión 5: Aseguramiento de la Calidad	X
Decisión 6: Transformación Digital	
Decisión 7: Gobernanza Institucional	
Decisión 8: Impacto de la Producción, científica, artística e intelectual	X

Ejes de Desarrollo UC Temuco PDI 2030 (puede ser más de uno)

Inclusión, equidad y comunidad	
Interculturalidad, desarrollo sostenible e internacionalización	X
Transformación digital y desarrollo tecnológico	
Formación durante toda la vida	X
Bienes científicos, tecnológicos y artísticos al servicio de la sociedad	X
Gestión, organización y capacidades para el desarrollo institucional	

Ámbito del Proyecto (puede ser más de uno)

Plan de Mejoramiento Institucional (PMI)	X
Plan de Desarrollo Institucional - PDI 2030	X
Proyecto Ministerial (Sólo vicerrectorías)	X

Función Sustantiva (Sólo Facultades y Departamentos)

Procesos de Formación	
Producción científica, artística e intelectual	
Vinculación con el entorno	
Gestión Institucional	

1. Plan de trabajo: objetivo, hitos, acciones y medios de verificación

Objetivo del Proyecto	Desarrollar un mecanismo de comunicación externa mediante un plan de posicionamiento que permita proyectar a la Universidad Católica de Temuco en los ámbitos regional, nacional e internacional.
-----------------------	---

Hitos	Acciones	Medios de verificación ¹
<p>Hito 1 Conceptos clave para el posicionamiento institucional definidos. <i>Mes 01 a Mes 06</i></p>	<p>1.1 Levantamiento de información documental respecto de los elementos diferenciadores de la UCT existentes (<i>en docencia, investigación y vinculación con el medio</i>)</p> <p>1.2 Realización de grupos focales internos y externos y de encuestas asociadas al levantamiento de los elementos diferenciadores de la UCTemuco.</p> <p>1.3 Sistematización de los conceptos clave para el posicionamiento institucional.</p>	Informe sobre las claves de posicionamiento diferenciadoras de la UC Temuco.
<p>Hito 2: Estrategia de posicionamiento que favorezca la interacción y sinergia entre la institución y la comunidad local y nacional elaborada. <i>Mes 06 a Mes 12</i></p>	<p>2.1 Estudio sobre acciones de posicionamiento de instituciones de educación superior (marketing estratégico, divulgación de las ciencias, el arte y la cultura).</p> <p>2.3 Diseño de estrategias de posicionamiento en base a los resultados del estudio realizado.</p> <p>2.3 Diseño de plataforma web para la divulgación de la ciencia, el arte y la cultura, que se sume a los esfuerzos en comunicación externa.</p> <p>2.4 Valorización del plan de posicionamiento y presentación ante las instancias colegiadas correspondientes.</p>	Plan de posicionamiento.
<p>Hito 3:</p>	<p>3.1 Profesionalización el equipo de trabajo de la UC Temuco encargado de</p>	Certificación del curso de

¹ Se considerará como medio de verificación toda documentación que permita dar cuenta del cumplimiento del hito comprometido.

Plan de posicionamiento implementado. <i>Mes 12 a Mes 18</i>	la implementación de estrategias de divulgación del conocimiento. 3.2 Implementación de las diversas estrategias de comunicación externa incluidas en el plan de posicionamiento.	capacitación en divulgación del conocimiento. Informe de implementación del plan de posicionamiento.
Hito 4: Estrategia de posicionamiento evaluada. <i>Mes 18 a Mes 24</i>	4.1 Evaluación de la estrategia sobre la base de los informes de implementación y retroalimentación de la comunidad. 4.2 Ajustes de la estrategia en base a la evaluación	Estrategia de posicionamiento ajustada.

2. Indicadores y Metas

Indicadores ²	Base	Meta Año 1	Meta Año 2	Meta Año 3
Plan de Comunicaciones desarrollado	0	1	-	-
Informe de evaluación de estrategias	0	-	1	-
Plan de Divulgación implementado	0	-	-	1

² Indicador es una métrica que permite dar cuenta del cumplimiento de los hitos comprometidos en el proyecto.