



**ESCUELA DE
POSTGRADOS
DE LA FAC**

"EDUCACIÓN Y LIDERAZGO, EL CAMINO A LAS ESTRELLAS"



PLAN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

WWW.EPFAC.EDU.CO



INTRODUCCIÓN

Basados en los lineamientos institucionales y orientados bajo la Dirección de la Escuela, se adopta el Plan de Comunicaciones Estratégicas 2022 "AD ASTRA" de la Fuerza Aérea Colombiana como matriz principal para la efectuar una correcta divulgación comunicativa y fortalecimiento de la proyección de la imagen de la institución; este plan es transversal a todos los procesos académicos y administrativos que se generan en la Escuela.

En el año 2020 se abordó la necesidad de estructurar una Oficina de Comunicaciones Públicas dentro de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC), donde se manifestó el interés y la importancia de crear un área que sea idónea en desarrollar planes estratégicos efectivos en el proceso de comunicación interna y externa.

El objetivo principal de este Plan de Comunicaciones es visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la FAC. Dentro de este propósito está identificar, organizar y divulgar la información de todos los grupos, secciones, áreas y dependencias que integra la EPFAC.

Este plan no sólo apunta a generar una información veraz y oportuna, sino a fortalecer el uso de los mecanismos de comunicación que busca consolidar el sentido de pertenencia tanto al interior de la EPFAC como por fuera de ella, abarcando escenarios, locales, regionales, nacionales e internacionales. Es importante señalar que esta la implementación de esta estrategia está sujeta a las necesidades y a los escenarios en los que se encuentre la Institución Universitaria.

¿Cómo se alcanzará este objetivo? A través del uso efectivo y real de los medios de comunicación institucional como Intranet, Outlook, Chat de Teams y aplicaciones del office 365, emisora Al Aire, canal de Youtube de la FAC y redes sociales.

A lo largo de este plan se describen las estrategias de comunicación que establece el alcance y las metodologías diseñadas a las necesidades de los públicos que convergen en el ámbito académico aeronáutico.



OBJETIVO ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

Visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la FAC con servicios de comunicación efectiva que cautive a nuevos públicos que buscan la excelencia en programas académicos posgraduales y oferta de extensión, aumentando la credibilidad en el público que conoce la gestión de la EPFAC.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar ampliamente la oferta académica, investigativa y cultural de la Escuela de Postgrados de la FAC.
- Visibilizar el proceso de internacionalización que ofrece la Escuela, basado en la cooperación y movilidad de intercambio académico de sus estudiantes y docentes.
- Desarrollar estrategias de comunicación dirigidas a la comunidad educativa y públicos externos.
- Fortalecer la comunicación interna de las diferentes aéreas que integra la Escuela, evitando la desinformación y promover asertivamente el sentido de pertenencia institucional.
- Diseñar campañas de comunicación estratégica, orientadas a difundir la oferta académica de los Cursos de Ascenso y los Cursos de Extensión.
- Mantener relaciones estratégicas con medios de comunicación y líderes de opinión, conservando un flujo de comunicación constante, con el fin de fortalecer la imagen institucional de la Escuela.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO

PREÁMBULO

Este análisis está basado en la estrategia impartida por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas (OCOES) y lo indicado en los documentos establecidos por la Fuerza Aérea Colombiana en materia de Comunicación interna y externa.

MISIÓN

Orientar las comunicaciones estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC, de acuerdo con las políticas de la Fuerza Aérea Colombiana, capacidades distintivas y rol institucional.



VISIÓN

Consolidar las comunicaciones a través del fortalecimiento de los canales de comunicación internos y externos, de tal forma que permita transmitir la información de forma oportuna y veraz manteniendo al público actualizado.

ALCANCE

El presente Plan aplica para todo el personal de la Escuela de Postgrados de la FAC.

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Manual Comunicaciones Estratégicos e Identidad Institucional (MACEI)
- Plan Estratégico de Comunicaciones 2022 "AD ASTRA"

SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS

La Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Fuerza Aérea Colombiana (OCOES), la cual pertenece al Segundo Comando y Jefe de Estado Mayor FAC, es la que controla y asesora los contenidos de interés que la Oficina de Comunicaciones Públicas de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) considera oportunos difundir, para cumplir con su objetivo plasmado en el plan de comunicación estratégica.

RIESGOS Y CONTROLES

El riesgo para el proceso de Comunicaciones Estratégicas, es la posibilidad de pérdida reputacional por la falta de credibilidad de las partes interesadas debido a la publicación de información no veraz, errada, inoportuna en los boletines de prensa. Por lo anterior, la Escuela de Postgrados de la FAC, a través de la Oficina de Comunicaciones Públicas, un riesgo que se controla extremando las medidas necesarias para evitar la materialización del mismo y cumpliendo a cabalidad el plan de actividades. Es por ello que el delicado, cuidadoso y prudente manejo de la información pública tanto a nivel interno como externo, debe ser prioridad para el responsable de las comunicaciones.

Si bien es cierto que los niveles de autorización, voceros y demás personas que se involucran en el círculo virtuoso de la comunicación estratégica, están claramente especificados en la doctrina; se debe tener precaución tanto en el incumplimiento del mismo, como en otorgar inadecuadamente información a comunicadores o multiplicadores que puedan afectar tanto la calidad de las tareas, como la misma credibilidad de la Fuerza en manos de personas o entes cuya intención es perjudicar la imagen institucional.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS EPFAC

1. Acercar a la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) con la sociedad universitaria o públicos objetivos de interés con la campaña "EPFAC, Somos pertinencia, calidad e impacto aeronáutico".
2. Difundir la oferta académica de la EPFAC con la estrategia "Estudia en la EPFAC" para generar impacto en el público interno (Fuerzas Militares) y el público externo (universitarios).
3. Visibilizar el proceso de internacionalización referente a los programas académicos e intercambio internacionales (movilidad académica) con la estrategia "EPFAC por el mundo".
4. Difundir el alcance social de la Escuela, así como los convenios y alianzas estratégicas con el sector público y privado en pro de brindar herramientas académicas a nuestros alumnos. La estrategia se denominará "EPFAC comunica".
5. Posicionar el proceso de Aseguramiento de la Calidad de la EPFAC. Esta campaña va dirigida a la comunidad de la Escuela y públicos externos. Se realizará la estrategia "Somos calidad".
6. Divulgar proyectos de bienestar, seguridad, salud institucional o medio ambiente, tendientes a fomentar el cuidado y calidad de vida tanto de nuestro público interno como alumnado, a la vez que proyectamos una imagen amigable a la población. La estrategia se denominará "Tu bienestar primero".
7. Apoyar al mejoramiento del clima organizacional y del trabajo en equipo.
8. Vigilar el adecuado uso de la imagen institucional, ayudar a su posicionamiento y consolidar una marca unificada entre la FAC y la EPFAC.

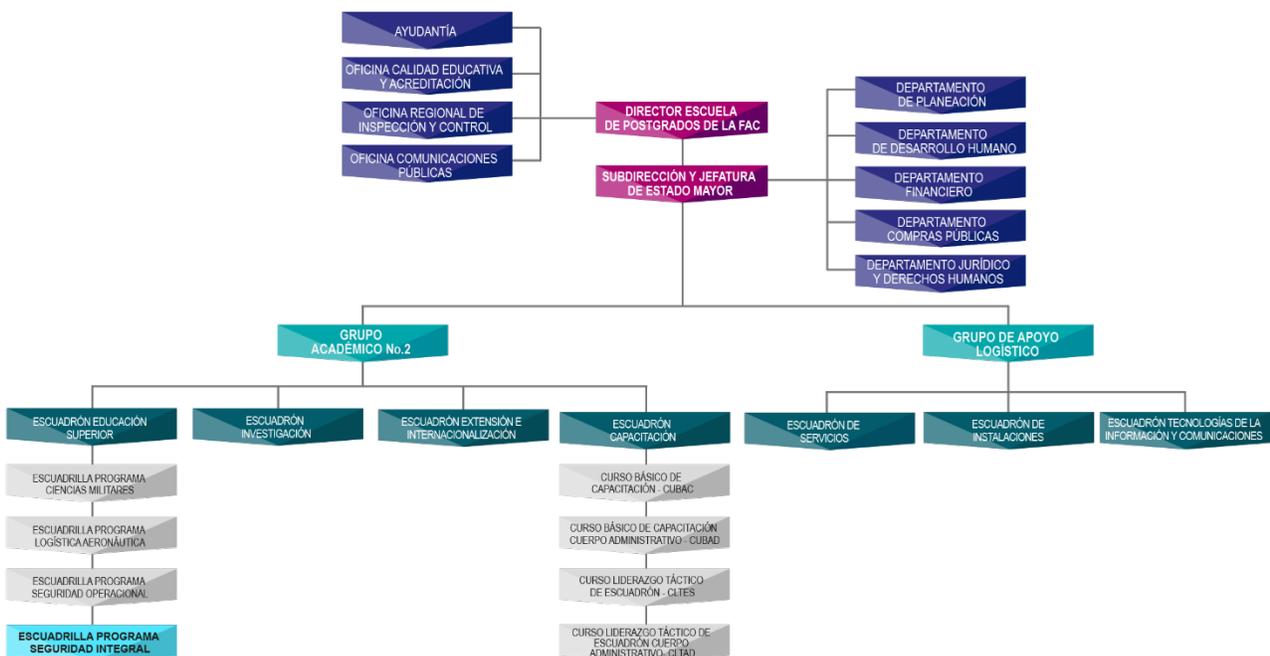
PRINCIPIOS DE ACCIÓN

Este Plan de Comunicaciones Estratégicas se sustenta en cuatro principios básicos que son:



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EPFAC

Según la Estructura Organizacional de la Escuela de Postgrados de la FAC, la Oficina de Comunicaciones Públicas cumple una función de órgano asesor, la cual depende directamente de la Dirección de la EPFAC.





PROCESO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Este proceso permite articular el plan de trabajo ordenado por la Oficina de Comunicación Estratégica de la Fuerza Aérea Colombiana (OCOES) y la directriz impartida por Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) garantizando la generación y divulgación de información oportuna y veraz.

PROCESO DE GESTIÓN COMUNICACIÓN PÚBLICA Y ORGANIZACIONAL

La Oficina de Comunicaciones Públicas es la responsable de divulgar la información de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) a los diferentes grupos objetivos y partes interesadas, sobre la gestión institucional con el propósito de propiciar el canal adecuado de intercambio oportuno, transparente y eficaz a la información. Así mismo, lidera las iniciativas comunicativas que contribuyan con el posicionamiento de la imagen institucional y acercamiento estratégico de los diferentes grupos de interés.

VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Dentro de la valoración se analizan los elementos del contexto principal que impacta en el desarrollo de las funciones y cumplimiento de los objetivos, así se construye un punto de partida para las líneas del plan estratégico y den luz verde a la identificación, componentes y actividades.

Somos responsables de garantizar la difusión e intercambio oportuno, y eficaz de mensajes e información de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC), socializarla con los diferentes grupos de interés mediante la formulación, participación, desarrollo y ejecución de planes de comunicación.

Los programas y dependencias que necesiten visibilizar un evento o convocatoria a través de la página web, redes sociales, intranet, outlook y pantallas digitales, deberán seguir el siguiente protocolo:



1. El responsable de la actividad debe realizar la solicitud de publicación, vía correo electrónico, al Jefe de la Oficina de Comunicación Pública, con copia al Jefe del área solicitante, adjuntando la pieza gráfica relacionada con el tema y el documento de recolección de datos diseñado. Cabe resaltar que los contenidos a publicar deberán estar previamente aprobados por el Jefe de la dependencia y que el diseño de la publicidad es una actividad que no es competencia de la Oficina de Comunicaciones Públicas sino de SETIC, motivo por el cual, si es requerida esta creación de contenido visual, será el responsable del programa o dependencia, el encargado de elevar la necesidad a esta sección y hacer el respectivo seguimiento hasta que el entregable final esté listo de acuerdo a los criterios que se consideren inicialmente y los cuales serán sujetos a revisión.
2. Se debe tener en cuenta que la información debe ser una cooperación y participación de todos los interesados para el éxito de la respectiva publicación; todos deberán ser responsables de que se cumplan los parámetros básicos de una redacción, respondiendo a los siguientes interrogantes ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Dónde? ¿Quién participará? ¿Para quién? Link de conexión en caso de requerirse o los documentos soporte y demás anexos.
3. Una vez es elevada la solicitud de publicación con los documentos adjuntos en el correo, la Oficina de Comunicación Pública, con el material suministrado, crea la propuesta de contenido y posteriormente la presenta para aprobación de la Dirección de la EPFAC, junto con la pieza gráfica.
4. Finalmente al recibir la aprobación de la información se publicará en los canales de comunicación interna o externa según sea el público objetivo.

Nota: Las preguntas ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Dónde? ¿Quién participa? ¿Para quién? ¿Cuáles son los aportes para la EPFAC? se deben contestar y remitir en el formato elaborado por la OFCOP; de igual forma, se deben adjuntar como mínimo, tres fotografías de la actividad.

A continuación, presentamos unos parámetros claves para una información oportuna y veraz.

1	Los contenidos deben ser claros y de lenguaje sencillo. no debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que hay personas de distintos niveles de educación, edades y regiones del país. diferentes.
2	Se deben seguir las normas gramaticales y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.
3	Deben evitar las abreviaturas. Si se necesita utilizar, después de que se emplea por primera vez.
4	Al usar siglas, de inmediato debe indicarse su significado.



5 No se debe usar tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesario, en cuyo caso debe explicarse su significado inmediatamente, tan pronto es utilizado por primera vez

6 Los términos en idiomas extranjeros deben evitarse, a menos que deban ser requeridos.

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO ESTUDIANTIL

- Las plataformas institucionales y la página web de la EPFAC se utilizan para difundir información relacionada con la oferta académica, investigativa y cultural de la Escuela de Postgrados de la FAC.
- Publicación de boletines de prensa sobre las actividades que ejecuta la Institución.
- El correo electrónico como medio habitual para la difusión de la información sobre las políticas y actividades académicas de la EPFAC.
- Visibilizar el proceso de internacionalización que ofrece la Escuela, basado en la cooperación y movilidad de intercambio académico de sus estudiantes.

Un aspecto importante para el cumplimiento de la estrategia es que se debe fortalecer la comunicación interna de las diferentes dependencias que integra la Escuela, evitando la desinformación y promover asertivamente el sentido de pertenencia institucional. Por otro lado, el apoyo directivo es uno de los elementos necesarios para la institucionalización de una política de comunicación, cuando se convierte en una directriz, se facilita la institucionalización a través de los sistemas de información que hacen parte de un engranaje, los datos obtenidos tienen un propósito claro y son utilizados como insumo para la toma de decisiones en pro del beneficio estudiantil.

- Dar a conocer el reglamento académico de la EPFAC y el reglamento de descuentos educativos y becas.
- Dar a conocer las actividades académicas encaminadas al refuerzo de los conocimientos, habilidades y competencias en investigación.
- Incentivar a los estudiantes para que participen en eventos académicos nacionales e internacionales.
- Divulgar los beneficios de las salidas pedagógicas a empresas del sector Aeronáutico.



PRINCIPALES NECESIDADES ¿POR QUÉ SE DEBE REALIZAR UNA ESTANDARIZACIÓN DE CONTENIDOS WEB?

Como Institución Universitaria, la página web se convierte en una herramienta fundamental a la hora de evidenciar el trabajo que se realiza en la Escuela; así como una vitrina para mostrar los programas que se ofrecen; es por ello, que dicha información debe ser clara, concisa y directa, donde los internautas puedan acceder a un click para lo que requieran saber.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES PÚBLICAS

Las dependencias interesadas en la publicación de las siguientes actividades, deben tener presente que el responsable de remitir la información la realice de forma clara y oportuna para su respectivo trámite.

- Inscripción
- Admisión y matrícula
- Videos
- Notas internas (administrativas y difusión de documentos reglamentarios)
- Costos pecuniarios
- Calendarios académicos
- Boletín informativo
- Actividades de bienestar
- Otras gestiones académico administrativa

PROCEDIMIENTO Y CANALES DE COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD	CANAL DE COMUNICACIÓN	TAREA / RESPONSABLE
Inscripción	Página web EPFAC, correo masivo, redes sociales	1. Suministro de información fechas / SEPLA GRUAC.
		2. Publicación web / OFCOP-SETIC.
		3. Difusión en redes / OFCOP.
Admisión y matrícula	Página web EPFAC y correos personalizados	1. Suministro de datos admitidos / SEPLA GRUAC.
		2. Publicación en la web /OFCOP-SETIC.
		3. Envío correo a los admitidos / Programas de Maestría.



Citaciones a clases	Oficio circular	1. Elaboración de oficio / SEPLA GRUAC.
		2. Publicación en la web /OFCOP-SETIC.
		3. Envío correo a los estudiantes /Programas de Maestría.
Videos	Redes sociales, página web, u otro medio	1. Necesidades y preproducción / Dependencias.
		2. Producción y edición /OFCOP-SETIC
		3. Difusión en redes / OFCOP.
Difusión de normatividad vigente EPFAC	Web - Blackboard	1. Suministro de información / DEFIN - SEPLA GRUAC.
		2. Publicación en la web /OFCOP-SETIC.
Costos pecuniarios	Web - Blackboard	1. Suministro de información / DEFIN - SEPLA GRUAC.
		2. Publicación en la web /OFCOP-SETIC.
Calendarios académicos	Página web EPFAC	1. Suministro de información / SEPLA GRUAC
		2. Estandarización de diseños / SETIC.
		3. Publicación en la web /OFCOP-SETIC.
Boletín (noticias académico-administrativas, difusión de documentos reglamentarios)	Página web EPFAC	1. Suministro de información / Dependencias
		2. Elaboración del boletín / OFCOP.
		3. Publicación en web, Blackboard / OFCOP-SETIC.
Boletín divulgativo de resultados de investigación	Página web EPFAC (ANUAL)	1. Suministro de información / Programas-Escuadrón investigación.
		2. Publicación en web, Blackboard / SETIC.
Actividades de bienestar	Pagina web, correos masivos	1. Suministro de información / DEDHU.
		2. Elaboración del boletín / OFCOP.
		3. Publicación en web, Blackboard / OFCOP- SETIC.
Otras gestiones académico administrativas	Correos personalizados y WhatsApp	Elabora correos y texto para envío / Coordinadores



ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA INSCRIPCIÓN Y MATRICULA EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Desde la Oficina de Comunicación Pública se generan estrategias, o planes orientados a alcanzar objetivos específicos según la temática y población a impactar, propendiendo por el cumplimiento del objetivo principal correspondiente a Visibilizar la imagen institucional.

Es importante resaltar que todas las estrategias comunicativas de la Institución deben estar relacionadas entre sí, manteniendo una comunicación efectiva que cautive a nuevos públicos de la FAC que buscan la excelencia en programas académicos, además de fortalecer la credibilidad en la comunidad interna que conocen nuestra gestión.

Por lo anterior, el ingreso de nuevos estudiantes es una actividad constante en la cual la institución debe implementar estrategias encaminadas a atraer y aumentar el número de inscritos, es por esto por lo que la EPFAC, ha definido las siguientes acciones direccionadas a motivar incrementar el número de estudiantes y motivar a los que se encuentran actualmente en los programas de maestría y de extensión.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIO	FRECUENCIA
Video como estrategia digital corporativa de la EPFAC	Elaborar video a través de historias que reflejen la esencia de la marca EPFAC (estudiantes, docentes o egresados), demostrando el aporte del programa en su carrera laboral. Dicho video se difunde a través de los canales de comunicación interna y externa de la EPFAC.	Canal de YouTube EPFAC	Mínimo 1 por semestre
Boletines informativos	Describe los eventos planeados y realizados por la EPFAC, indicando su contribución a la educación en la Fuerza Aérea Colombiana.	Página Web EPFAC	Cada vez que se requiera
Boletines trimestrales	Reúne los eventos más destacado e importante realizado por cada una de las dependencias EPFAC y programas académicos, mostrando de forma específica las capacidades de la Escuela para sus diferentes públicos.	Página Web y correo masivo interno a estudiantes y egresados	Una vez al trimestre



ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIO	FRECUENCIA
Actividades de Responsabilidad social o ambiental	Fortalece la percepción positiva de la Escuela en el público, quien la va a considerar por su interés genuino en aportar a la sociedad y a su desarrollo. Generan noticia e interés en los medios, para su publicación.	Boletín informativo o nota radial y contenido para las redes sociales.	Mínimo 1 por semestre
Difusión a través de correo masivo	Suministrar información interés general al personal de la Fuerza Aérea Colombiana y Fuerzas Militares a través de correo electrónico institucional. De igual forma, difundir a través de la plataforma Q10 la información de interés, teniendo en cuenta la base datos de estudiantes y egresados registrados.	Correo electrónico	Cada vez que se requiera
Participación en emisora	Mediante la participación del Director de la EPFAC en emisoras regionales, dar a conocer las capacidades de la EPFAC, su oferta educativa y actividades académicas proyectadas y desarrolladas.	Emisora regional	Una vez al trimestre
Financiación	Difundir los beneficios económicos (descuentos educativos y becas) a los que puede acceder el personal interesado, demostrando la facilidad de pago y la forma de acceder a estos.	Diferentes medios de difusión interna y externa.	Cada vez que se requiera
Sitio web	Mantener la página web con información actualizada, amigable, clara y fácil de encontrar.	Página web	Cada vez que se requiera
Presencia en redes sociales	Gestionar publicaciones en las redes sociales de la Fuerza Aérea Colombiana como Facebook, Instagram y Twitter para difundir información de la Escuela; además de la red social empresarial LinkedIn de la EFFAC.	Redes sociales	Cada vez que se requiera



CANALES DE COMUNICACIÓN

Canales de comunicación interna	Canales de comunicación externa
Intranet	Página web
Correos electrónicos personales y masivos	<u>Redes sociales FAC</u> , <u>Fanpage de Facebook</u> , <u>Instagram</u> , <u>Twitter</u> y <u>YouTube FAC</u>
Programa de televisión de la Fuerza Aérea Colombiana. Emisión a nivel nacional.	Campus virtual Blackboard AVAFP
Carteleras informativas (Físicas y digitales)	Carteleras informativas (Físicas y digitales)
Chat Microsoft TEAMS	Canal de <u>YouTube</u> - Escuela de Postgrados - Fuerza Aérea Colombiana
Boletines informativos - Digitales	Boletines informativos - Digitales
Emisora Institucional	Campus virtual Blackboard AVAFP

COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS

La comunicación de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC), de acuerdo con lo estipulado por el Ministerio de Educación Nacional debe facilitar la construcción de la cultura organizacional, por medio de diversos espacios de difusión de mensajes.

La comunicación organizacional está fundamentada por la construcción de sentido de pertenencia y por el establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los funcionarios que laboran dentro de la institución, sin perjudicar la jerarquía de la estructura institucional.

COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS EXTERNOS

Este proceso se ejecuta con la identificación de las campañas a ejecutar y con la definición de los públicos a los cuales se quiere impactar.

Consecutivamente, se realiza la validación y aprobación de la campaña y se determina el medio a utilizar, finalmente se realiza el seguimiento y control.

Es importante tener en cuenta que estos públicos deben estar orientados hacia el



fortalecimiento de la imagen institucional mediante un servicio de calidad, orientado a escuchar a la comunidad.

Según la información a transmitir al público externo, se requiere autorización de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, por lo que se debe estar en constante comunicación con dicha dependencia de la FAC.

VOCERÍA INSTITUCIONAL

El vocero institucional que participen en medios de comunicación para divulgar la oferta académica es el Director de la EPFAC, según lo descrito en el Manual Comunicaciones Estratégicos e Identidad Institucional (MACEI).

Sin embargo, la dirección de la EPFAC podrá autorizar la participación de los comandantes de grupo en caso de ser necesario para las intervenciones en medios de comunicación, quienes no asumirán una posición propia, sino institucional. Las personas designadas deben expresar únicamente el tema de su competencia; de igual forma, la Oficina de Comunicaciones Públicas le brindará asesoría y acompañamiento antes y durante la entrevista.

MANEJO DE IMAGEN INSTITUCIONAL

La estructuración de contenidos mediante publicidad, cartillas, folletos digitales o impresos, backing, vallas, productos audiovisuales de radio o televisión que son elaborados por la Sección Tecnología, Información y Comunicación, deberán ser presentados por los dueños de los contenidos (jefes de programa o dependencias) para revisión de la Oficina de Comunicaciones Públicas, la cual dará trámite para aprobación de la Dirección y posterior publicación.

Todo contenido a difundir deberá ajustarse a lo establecido en el manual de identidad visual de la Escuela y el manual de la imagen institucional de la Fuerza Aérea Colombiana.



CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS EPFAC - CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO

ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN		
ÍTEM	CAMPAÑA	OBJETIVO
1	EPFAC ¡Somos pertinencia, calidad e impacto aeronáutico!	Acercar a la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) con la sociedad universitaria o públicos objetivos de interés.
2	Estudia en la EPFAC	Difundir la oferta académica de la EPFAC para generar impacto en el público interno (Fuerzas Militares) y el público externo (universitarios)
3	EPFAC por el mundo	Dar a conocer el proceso de internacionalización referente a los programas académicos e intercambios internacionales (movilidad académica)
4	EPFAC comunica	Difundir las actividades académicas de los programas.
5	Tu bienestar primero	Divulgar proyectos de bienestar, seguridad y salud institucional, responsabilidad social y ambiental, tendientes a fomentar el cuidado y calidad de vida de nuestro público interno y alumnado.
6	Soy egresado de la EPFAC	Mantener la relación permanentemente entre la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC) y sus egresados.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En el siguiente cronograma se establecen unos periodos para el desarrollo de las campañas, sin embargo, el orden de ejecución puede estar sujeto a cambio y desarrollarlas en diferentes lapsos según la necesidad.

Actividades trimestrales	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Estrategia - 'EPFAC 'SOMOS PERTINENCIA, CALIDAD E IMPACTO AERONAUTICO!'												
Estrategia - 'ESTUDIA EN LA EPFAC'												
Estrategia - 'EPFAC POR EL MUNDO'												
Estrategia - 'EPFAC COMUNICA'												
Estrategia - 'TU BIENESTAR PRIMERO'												
Estrategia - 'SOY EGRESADO EPFAC'												



ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO

Cada año se deberá hacer un seguimiento detallado del Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC (EPFAC). Este debe quedar revisado en una reunión liderada por la Oficina de Comunicaciones Públicas donde se verifique su avance e impacto.

Toda la información, conclusiones y acuerdos futuros deben quedar plasmados en un acta que refleje el cumplimiento del Plan de Comunicaciones Estratégicas de la EPFAC.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dado en Bogotá, D.C., el día dieciséis del mes de enero de 2023.

**Coronel ERVIN GAITÁN SERRANO
Director Escuela de Postgrados de la FAC**

**Teniente JEIMY ELIBETH ERIRA FIERRO
Jefe Comunicaciones Públicas**

**Coronel Juan Carlos Rodríguez Acosta
Subdirector y Jefe de Estado Mayor**