

Servicio Comunicación Institucional Universidad La Salle Cancún

Descripción general Servicio Comunicación

Comunicar es persuadir y persuadir es buscar efectos; la comunicación, por lo tanto, se convierte en una herramienta más de gestión orientada a la consecución de objetivos estratégicos de cualquier empresa o institución.

La comunicación ha evolucionado, viéndose influida en los últimos tiempos por un mundo más integrado y globalizado por la generación de nuevas tecnologías de información que ha generado la ampliación de paradigmas en la comunicación, cuyos principios básicos se pueden resumir de la siguiente forma:

- 1.- Comunicación más participativa.
- 2.- Interpersonal.
- 3.- Global.
- 4.- Operativa.

- 5.- Universal.

La imagen corporativa, la marca “LA SALLE”, se constituye por una historia, por su labor y por la manera en que la Institución es percibida actualmente. Existe influencia por los mensajes que se mandan de forma intencionada y de forma inconsciente, propias y por terceros que dicen o escriben acerca de LA SALLE.

La imagen de la “UNIVERSIDAD LA SALLE CANCÚN” debe considerarse como parte de un activo de gran valor, aunque sea intangible; y debe ser fortalecido y protegido. Así como aprovechar este valor para fortalecer a todas las obras a nivel local, sectorial, distrital, regional e institucional.

Existen muchos instrumentos que ayudan a transmitir la identidad de una organización adecuadamente y de forma planificada, de manera que la imagen percibida por otros sea positiva en beneficio de todos. El recurso humano y su vinculación interna, el trato común entre todos, la relación de los actores de la “UNIVERSIDAD LA SALLE CANCÚN” con la sociedad local en la que ejerce influencia, la marca como imagen institucional, mensajes emitidos por la organización, publicidad, comunicados, relaciones públicas, etc. Todo es visto por un público, recibe la información y la interpreta; es por eso que se debe de tener mucho cuidado en qué se informa y cómo se informa para obtener una comunicación adecuada cuando el público interpreta un mensaje

Servicio Comunicación de la “UNIVERSIDAD LA SALLE CANCÚN” pretende fortalecer la identidad institucional marcando una línea de comunicación acorde a la normativa, esto es, generar una percepción de identidad que sea coherente con la visión, la misión y los valores (ideario) lasallistas; fomentar la coherencia en la realidad institucional por medio del actuar cotidiano de cada actor de la institución. Generar un sistema y una cultura de comunicación interna, en la que todos sean partícipes de la comunicación y la realidad institucional. Y por último, de forma planeada, comunicar hacia la sociedad en general la identidad institucional dando difusión a la misma realidad institucional, así como campañas específicas por medios de comunicación.

Identidad Institucional (Comunicación Institucional)

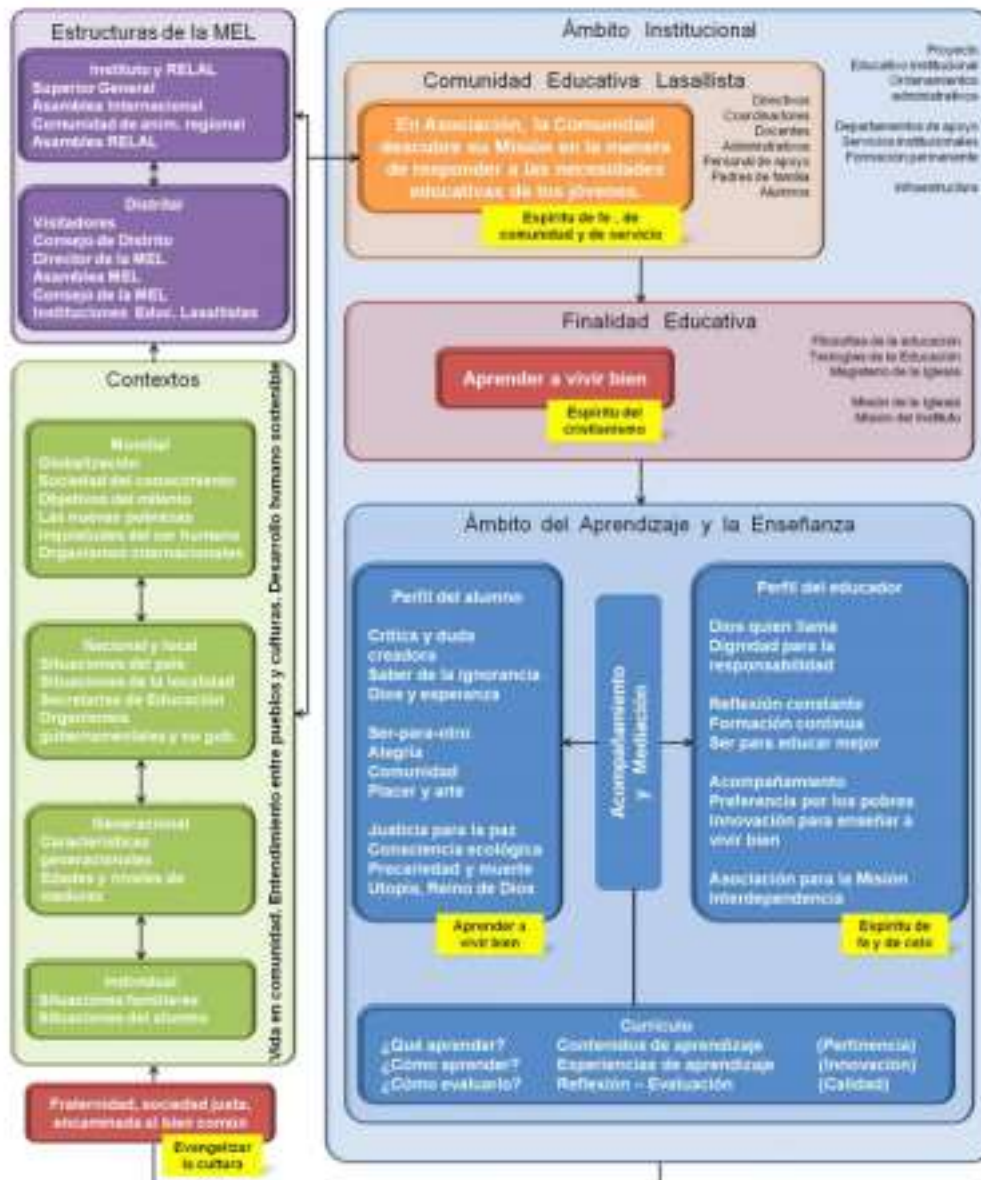
Aprender y enseñar a vivir bien vivir, Con espíritu cristiano

“Estos tres movimientos corresponden con la práctica de Jesús que estamos llamados a proseguir en nuestras vidas y que deben estar presentes en todas nuestras obras educativas: ver la realidad, conmoverse y actuar.”

Hno. Álvaro Rodríguez



Esquema del Modelo Educativo



Misión de la Universidad La Salle Cancún

La Universidad La Salle es una institución que imparte educación superior de calidad, para contribuir al desarrollo humano y profesional de nuestros estudiantes acorde a las necesidades del entorno en la que se encuentra inserta, a través de una formación integral, un modelo educativo pertinente e inspirado en el carisma de San Juan Bautista de La Salle.

Visión de la Universidad La Salle Cancún

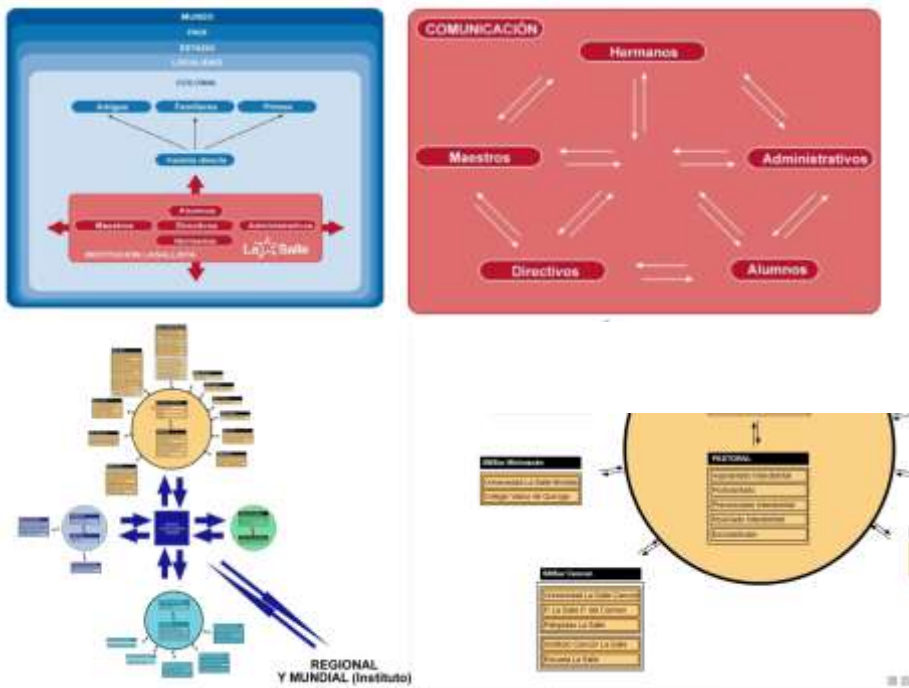
Para el 2017 la Universidad La Salle Cancún como agente de cambio social es reconocida por la calidad de sus egresados, competentes, innovadores, creativos, con valores y con un amplio espíritu de servicio que impactan de forma positiva a la sociedad en el marco del modelo educativo lasallista. La Universidad se caracteriza por la calidad de sus colaboradores y la buena relación pedagógica y personal entre alumno y maestro, así como una adecuada infraestructura, recursos tecnológicos y una administración eficaz y eficiente.

Comunicación Interna

Los sistemas de comunicación interna y comunicación externa van relacionados, ya que se deben de perseguir objetivos comunes por medio de estrategias entrelazadas. Una beneficia a la otra de forma indistinta.

La búsqueda de la comunicación interna es integrar a la Universidad La Salle Cancún compartiendo experiencias y conocimiento, y aprovechar la fortaleza de no ser un solo actor que lucha en un mundo, sino como un equipo que se apoya entre todos para lograr una mayor y mejor competitividad. El beneficio de saber que se pertenece a un solo grupo denominado “LA SALLE”. Todos deben de comunicar y aprovechar al equipo para fortalecerse también de forma individual; esto incluye desde una licenciatura, hasta el grupo de “La Salle” a nivel mundial; pasando por las instituciones locales, distritales y regionales.





Es claro también, que cada obra adquiere compromisos de superación y participar los logros. Ya que es un equilibrio entre recibir ayuda y aprovechar los recursos y conocimientos de otras áreas u obras; así como generar crecimiento propio y compartir experiencias y conocimiento.

Es así como el Servicio Comunicación de la UNIVERSIDAD LA SALLE CANCUN, sirve para ser un vínculo, un punto de unión entre todas las obras de La Salle en la localidad y del distrito. Es el que recaba y distribuye las experiencias y conocimientos entre todos los que estamos en esta familia fraterna, unida por una sola marca llamada “LA SALLE”.

Comunicación externa

Uno de los temas más importantes y que exige la participación de todos los actores del Servicio Comunicación y de otras áreas, es el desarrollo de la marca o branding, ya que depende desde las estrategias de desarrollo como institución hasta las de comunicación.

En el área de comunicación externa, lo que busca en el Servicio Comunicación de LA UNIVERSIDAD LA SALLE CANCUN, es generar una percepción acerca de la marca “LA SALLE” en donde están incluidas todas las obras locales, distritales y regionales. Y es aquí en donde se entrelaza la comunicación interna con la externa, es donde se deben de perseguir objetivos en común de desarrollo e integración; para ser coherentes y sobre todo veraces con las percepciones que se generan al exterior.

Es una tarea compleja que debe de iniciar en la definición de objetivos y tener una estrategia definida, cómo se quiere que la marca “LA SALLE” sea percibida en la sociedad en donde ejerce influencia. Y estas percepciones se deben de planear según la coherencia de lo que se comunica y lo que se “es” o lo que se quiere llegar a “ser” como una obra que pertenece y se respalda con una marca común denominada “LA SALLE”.

Realidad Institucional

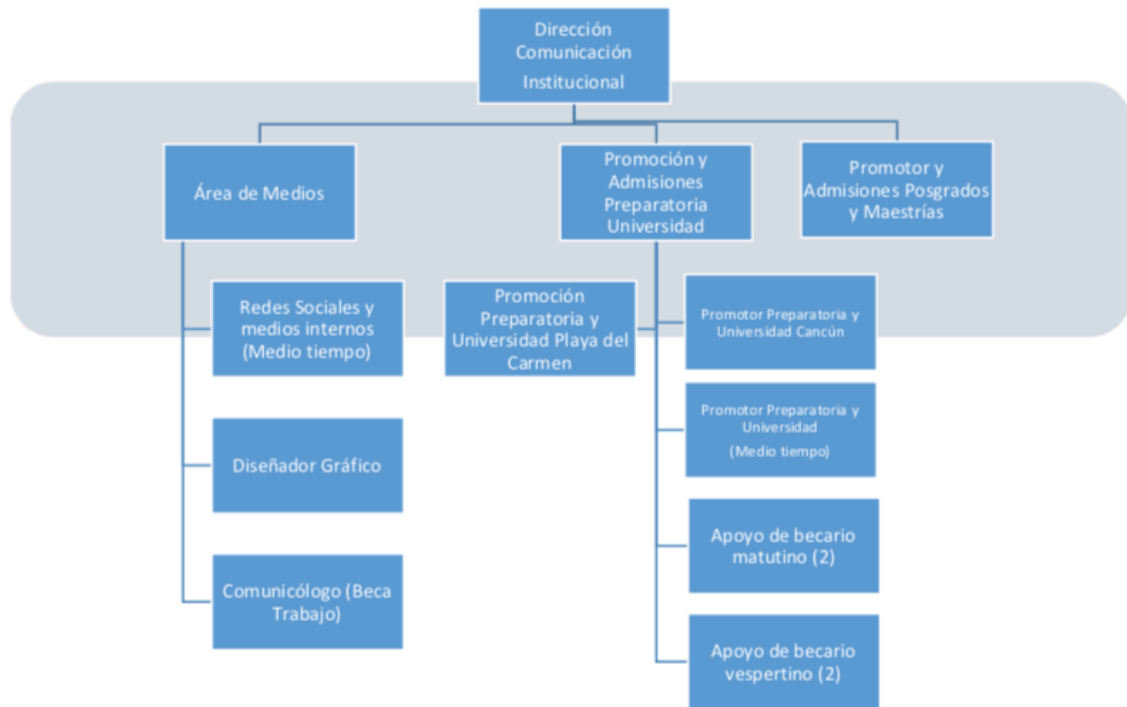


Estructura de Servicio Comunicación

Misión de Servicio Comunicación de la Universidad La Salle Cancún.

Servicio Comunicación de La Universidad La Salle Cancún fortalece y cuida el posicionamiento de la marca de la institución y siempre actúa sobre la identidad de San Juan Bautista de La Salle, se alinea a la misión y a la visión institucional; comparte sistemáticamente las buenas prácticas de la Universidad a todos sus públicos (administrativos, maestros, alumnos, padres de familia, distrito, región e instituto); y propicia mayor demanda y matrícula por medio de estrategias de comunicación mediática y personalizada.

Estructura de Servicio Comunicación



Nombre Labor que desempeña		Extensión
	Eduardo Mondragón Zubiría Dirección de Comunicación Institucional	181
	Karina Díaz Coeto Jefe de Medios	114
	Fabiola López Ortiz Diseñador Gráfico	238 238
	Rodrigo Ortiz Responsable de Difusión	
	Silvana Olivieri de la Cruz Jefe de Promoción	235
	Fernando Daniel Osuna Farías Orientación y Promoción Educativa	251 113 113 119 119 505 701
	Cinthia G. González Castro Orientación y Promoción Educativa	
	Herve Aguilar Alvarado (Beca trabajo) Orientación y Promoción Educativa	
	Victoria Elena Pérez Hermosillo (Beca trabajo) Orientación y Promoción Educativa	
	Jhossajanny Y. Gómez Zebadua (Beca trabajo) Orientación y Promoción Educativa	
	Luis Alberto Alam Valenzuela (Beca trabajo) Orientación y Promoción Educativa	
	Apoyo a Orientación y Promoción Servicio Social Educativa	
	Orientación y Promoción Educativa / P. del Fabiola Díaz Mercado Zaabedra Carmen	
Posgrado	Orientación y Promoción Educativa / Bernardo Arechandia Rodríguez Posgrados	

La Dirección de Comunicación Insitucional y Jefatura de Medios, se localiza en el Edificio A planta baja, a un costado de CopyULSA

Promoción y Admisiones se localiza en el Edificio A, planta baja, frente a la Cafetería, en el patio principal.

Atte:

LDG Eduardo Mondragón Zubiría Dirección de Comunicación Institucional