



**ESCUELA DE  
POSTGRADOS  
DE LA FAC - EPFAC**



# PLAN DE COMUNICACIONES ESTRATEGICAS 2026-2032

[WWW.EPFAC.EDU.CO](http://WWW.EPFAC.EDU.CO)

**REPÚBLICA DE COLOMBIA**



**FUERZA AEROESPACIAL COLOMBIANA**

**DISPOSICIÓN NÚMERO 007 DE 2025**

Por la cual se actualiza el Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC - EPFAC

El Consejo Académico de la Escuela Postgrados de la FAC, en uso de las facultades otorgadas por el Artículo 29 de la Ley 30 de 1992.

**C O N S I D E R A N D O:**

Que el artículo 69 de la Constitución Política de Colombia y la Ley 30 de 1992 consagran el principio de autonomía de las Instituciones Universitarias, y en desarrollo de dicho principio, pueden darse y modificar sus estatutos y adoptar el régimen de alumnos y docentes.

Que el artículo 57 de la Ley 30 de 1992 establece que: *“Las universidades estatales u oficiales deben organizarse como entes universitarios autónomos, con régimen especial y vinculados al Ministerio de Educación Nacional en lo que se refiere a las políticas y la planeación del sector educativo”.*

Que el artículo 137 de la Ley 30 de 1992 *“por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior”* estableció que las Escuelas de Formación de las Fuerzas Militares que adelanten programas de Educación Superior continuarán adscritas a las entidades que pertenecen y funcionarán de acuerdo con su naturaleza jurídica y su régimen académico lo ajustarán conforme a lo dispuesto en citada Ley.

Que la Escuela de Postgrados de la FAC - EPFAC, es una Institución Universitaria reconocida por el Ministerio de Educación Nacional, mediante Resoluciones No. 1906 del 05 de agosto de 2002, modificada por la Resolución No. 21057 del 08 de noviembre de 2016.

Que, conforme al código de registro del Ministerio de Educación No. 2906, la Escuela de Postgrados de la FAC es una Institución Universitaria de régimen especial, autorizada para ofrecer programas de educación superior según la Ley 1188 de 2008 y su Decreto reglamentario 1295 de 2010.

Que, teniendo en cuenta las necesidades institucionales, la Escuela de Postgrados de la FAC, ha visto la necesidad de actualizar el Plan de Comunicaciones Estratégicas.

Que en sesión del miércoles (03) de diciembre de 2025, el Consejo Académico de la Escuela de Postgrados de la FAC, mediante acta No. FAC-S-2025-106312-AG de la Secretaría Académica, estudió y aprobó la actualización del Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC – EPFAC.

Que de conformidad con las consideraciones que anteceden, el Consejo Académico de la EPFAC,

**D I S P O N E:**

**Artículo 1º:** Expedir y publicar el Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC - EPFAC

**Artículo 2º:** La presente Disposición deroga todas las demás disposiciones que le sean contrarias, en especial el Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la FAC - EPFAC, aprobada mediante Disposición No. 008 de 2023.

**Artículo 3º:** En cumplimiento del principio de publicidad, la presente Disposición rige a partir de la fecha de su publicación en la página web institucional [www.epfac.edu.co](http://www.epfac.edu.co).

**COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,**

Dada en Bogotá D.C., a los diez (10) días del mes de diciembre de dos mil veinticinco (2025).



Coronel Yerim Andrés Rozo Cepeda  
Director Escuela de Postgrados de la FAC  
Representante Legal



ST. Santamaría Díaz Laura Daniela  
Jefe Oficina de Comunicación Pública



## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	4
<b>OBJETIVOS Y ANÁLISIS.....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivo general.....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>5</b>
ANÁLISIS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO .....	5
<b>Preámbulo.....</b>	<b>5</b>
<b>Misión .....</b>	<b>5</b>
<b>Visión.....</b>	<b>5</b>
<b>Alcance.....</b>	<b>5</b>
<b>Documentos de referencia .....</b>	<b>6</b>
<b>Seguimiento de contenidos.....</b>	<b>6</b>
<b>Riesgos y controles .....</b>	<b>6</b>
<b>Líneas estratégicas EPFAC .....</b>	<b>6</b>
<b>Principios de acción.....</b>	<b>7</b>
<b>Estructura organizacional EPFAC .....</b>	<b>7</b>
PROCESO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN .....	8
<b>Proceso de gestión comunicación pública y organizacional.....</b>	<b>8</b>
<b>Valoración de la gestión de la comunicación.....</b>	<b>8</b>
<b>Estrategia de acompañamiento estudiantil.....</b>	<b>9</b>
<b>Principales necesidades .....</b>	<b>10</b>
<b>Actividades para desarrollar por la oficina de comunicaciones públicas.</b>	<b>10</b>
ESTRATEGIA PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LAS INSCRIPCIONES Y MATRÍCULAS EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....	12
<b>Comunicación con los públicos internos .....</b>	<b>15</b>
<b>Comunicación con los públicos externos.....</b>	<b>15</b>
<b>Vocería institucional .....</b>	<b>15</b>



Manejo de imagen institucional .....	15
CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS EPFAC - CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO ...	16
DIRECTRICES PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS INTERNOS Y EXTERNOS .....	17

## INTRODUCCIÓN

Basados en los lineamientos institucionales y orientados bajo la Dirección de la Escuela, se adopta el PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025 de la Fuerza Aeroespacial Colombiana como matriz principal para efectuar un 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 EPFAC.

En el año 2020 se abordó la necesidad de estructurar una Oficina de Comunicaciones Publicas 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 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 la implementación de esta estrategia está sujeta a las necesidades y a los escenarios en los que se encuentre la Institución de Educación Superior.

¿Cómo se alcanzará este objetivo? A través del uso efectivo y real de los medios de comunicación institucional como Intranet, Outlook, chat de Microsoft 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 base en una comunicación efectiva que contribuya a generar impacto en nuevos públicos, buscando la excelencia en los programas académicos posgraduales y oferta de extensión, aumentando la credibilidad en el público que conoce la gestión de la EPFAC.

## Objetivos específicos

- Contribuir en la divulgación de la oferta académica, investigativa y cultural de la Escuela de Postgrados de la FAC-EPFAC.
- 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.
- Mantener relaciones estratégicas con medios de comunicación y líderes de opinión en el ámbito académico, 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 Aeroespacial 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 Aeroespacial 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

- Anexo Comunicaciones Estratégicas e Identidad Institucional-ACEII
- Plan Estratégico de Comunicaciones 2025

## SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS

La Oficina de Comunicaciones Estratégicas (OCOES) de la Fuerza Aeroespacial Colombiana, es la encargada de controlar 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, los riesgos se controlan extremando las medidas necesarias para evitar la materialización de este y cumpliendo a cabalidad el plan de actividades. Es por ello por lo 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. Contribuir al fortalecimiento de la presencia de la EPFAC en el entorno académico y en los sectores académicos y aeronáuticos, promoviendo espacios de diálogo, divulgación del conocimiento y visibilidad institucional.
2. Apoyar la difusión clara y segmentada de la oferta de posgrados, cursos y programas, de manera que favorezca su alcance tanto en el público interno como en el público externo interesado en formación avanzada.
3. Aportar a la visibilidad de los procesos de internacionalización, movilidad académica y cooperación con instituciones nacionales e internacionales, facilitando su comprensión y proyección entre los diferentes públicos.

4. Contribuir a la difusión de iniciativas de proyección social, así como de convenios y alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas, destacando su impacto para la comunidad académica.
5. Apoyar la divulgación de programas y acciones orientadas al bienestar, la seguridad y el cuidado ambiental.
6. Contribuir a la protección, coherencia y posicionamiento de la identidad visual institucional, promoviendo el uso adecuado de la marca y su articulación con los lineamientos de la Fuerza Aeroespacial Colombiana.

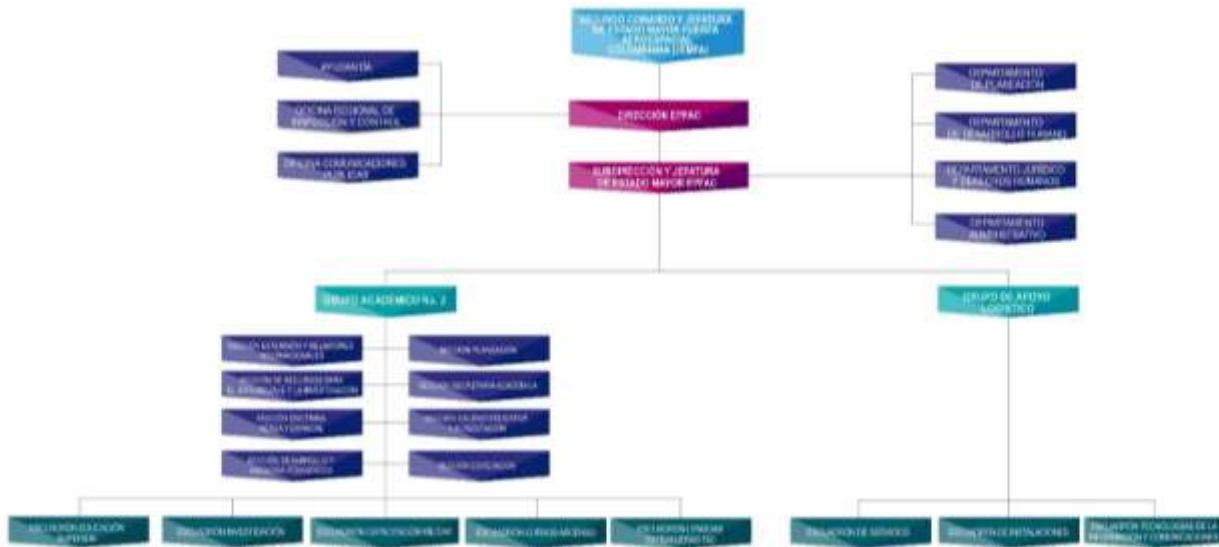
## PRINCIPIOS DE ACCIÓN

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 dar cumplimiento al plan de trabajo ordenado por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas (OCOES) de la Fuerza Aeroespacial Colombiana 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 contribuye a la divulgación de 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.

La oficina es la responsable 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 SERAI, 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 por la OFCOP.
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? Enlace de conexión en caso de requerirse o los documentos soporte y demás anexos como fotografías en buena calidad.

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.
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 a la OFCOP; de igual forma, se deben adjuntar como mínimo, cuatro fotografías en alta calidad 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.
2.	Se deben seguir las normas gramaticales y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.
3.	Deben evitarse las abreviaturas. Si se necesita utilizar, se debe poner 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 explicar 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 Escuela.
- El correo electrónico es el 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 de Educación Superior, 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 clic 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 y 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,	Página web EPFAC	1. Suministro de información / Dependencias

difusión de documentos reglamentarios)		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	Página 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 CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LAS INSCRIPCIONES Y MATRÍCULAS EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

Desde la Oficina de Comunicación Pública se generan estrategias, o planes orientados a contribuir con los 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 estratégicas 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
<b>Video estrategia corporativa de la EPFAC como digital</b>	<p>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.</p> <p>Dicho video se difunde a través de los canales de comunicación interna y externa de la EPFAC.</p>	<p>Canal YouTube EPFAC</p> <p>Sección egresados página web</p>	Mínimo 1 por semestre
<b>Boletines informativos</b>	Describe los eventos planeados y realizados por la EPFAC, indicando su contribución a la educación en la Fuerza Aeroespacial Colombiana.	Página EPFAC Web	Cada vez que se requiera
<b>Boletines trimestrales</b>	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
<b>Actividades de Responsabilidad social o ambiental</b>	<p>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.</p> <p>Generan noticia e interés en los medios, para su publicación.</p>	Boletín informativo nota radial	Mínimo 1 por semestre
<b>Difusión a través de correo masivo</b>	<p>Suministrar información interés general al personal de la Fuerza Aeroespacial Colombiana y Fuerzas Militares a través de correo electrónico institucional.</p> <p>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.</p>	Correo electrónico	Cada vez que se requiera
<b>Participación en emisora</b>	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

<b>Financiación</b>	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
<b>Sitio web</b>	Mantener la página web con información actualizada, amigable, clara y fácil de encontrar.	Página web	Cada vez que se requiera
<b>Presencia en redes sociales</b>	Gestionar publicaciones en las redes sociales de la Fuerza Aeroespacial 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

<b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>Comunicación interna</b>	<b>Comunicación externa</b>
Intranet	Página web
Correos masivos	Redes sociales FAC, Facebook, Instagram, X y Youtube FAC
Viva Engage	Campus virtual Blackboard AVA FP
Chat Microsoft TEAMS	Canal YouTube EPFAC
Boletines informativos-Digitales	Boletines informativos-Digitales
Emisora institucional	Emisoras radiales

## 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 Anexo Comunicaciones Estratégicas e Identidad Institucional-ACEII

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 de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación-SERAI, deberán ser presentados por los dueños de los contenidos (jefes de programa o dependencias) para revisión de la Oficina de Comunicaciones Públicas, quien revisará el producto y buscará 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 Aeroespacial Colombiana.

## CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS EPFAC - CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO

ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN			
ÍTEM	ACTIVIDAD	OBJETIVO	DIFUSIÓN
1	Estudia en la EPFAC	Difundir la oferta académica de la EPFAC para generar impacto en el público interno (Fuerzas Militares) y el público externo.	Publicaciones en página web Asistencia a eventos y cubrimiento Banner página web Correos masivos Piezas para RR. SS
2	Internacionalización EPFAC	Dar a conocer el proceso de internacionalización referente a los programas académicos e intercambios internacionales (movilidad académica)	Publicación en página web Banner página web
3	EPFAC comunica	Difundir las actividades académicas de los programas.	Publicación en página web Asistencia a actividades y cubrimiento
4	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.	Piezas gráficas de actividades Publicaciones en página web Cubrimiento de los eventos Correos masivos Piezas para RR. SS



5	Soy egresado de la EPFAC	Mantener la relación permanente entre la Escuela de Postgrados de la FAC-EPFAC y sus egresados.	Publicaciones en página web Cubrimientos ceremonias Videos página web
---	--------------------------	---	---

## DIRECTRICES PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS INTERNOS Y EXTERNOS

La creación y difusión de piezas informativas responde a las necesidades específicas de cada grupo, escuadrón, dependencia y/o oficina, asegurando una comunicación eficaz y adaptada a cada segmento. Para cada difusión, se lleva a cabo un análisis del público objetivo y se evalúan los medios y formatos más adecuados para garantizar que la información llegue de manera precisa y pertinente a las personas destinatarias. Este proceso busca optimizar el impacto y alcance de la información, ajustándose a las necesidades y objetivos de los responsables de cada iniciativa.

En este sentido, la Sección de Táctica de Bienestar Social y Universitario desempeña un papel fundamental en la realización de actividades de relevancia para su publicación en la página web, donde se integran en forma de boletines informativos. Esta publicación en línea no solo permite una visibilidad continua y accesible, sino que también refuerza el compromiso de transparencia y comunicación continua. Además, se desarrollan piezas gráficas de valor informativo, destinadas a informar de manera clara y visual al personal sobre temas y actividades relevantes; igualmente, se diseñan banners estratégicos que destacan en la portada de la página web, orientados a captar la atención y promover la participación.

Adicionalmente, se organizan entrevistas para aquellas actividades y eventos que ameritan una cobertura más detallada, permitiendo profundizar en el contexto, objetivos y beneficios de cada acción emprendida. Todo lo anterior se realiza en estricta consonancia con la Política de Bienestar, la cual orienta cada comunicación hacia el fortalecimiento del ambiente institucional y el bienestar integral del personal.

## Control de versiones

Versión del documento	Fecha de aprobación	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por	Descripción del cambio
1.0	2023	Teniente JEIMY ELIBETH ERIRA FIERRO Jefe Comunicaciones Públicas	Coronel JUAN CARLOS RODRÍGUEZ ACOSTA Subdirector y Jefe de Estado Mayor	Coronel ERVIN GAITÁN SERRANO Director Escuela de Postgrados de la FAC	Se da inicio al plan de comunicaciones estratégicas de la EPFAC, con lineamientos para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
2.0	2025	Subteniente LAURA DANIELA SANTAMARÍA DÍAZ Jefe Oficina de Comunicación Pública	Coronel ANDREA SILVANA DÍAZ BOHORQUEZ Subdirector Escuela de Formación y Jefe de Estado Mayor	Coronel YERIM ANDRÉS ROZO CEPEDA Director Escuela de Postgrados de la FAC	Se ajusta el documento al plan de acción de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la FAC para el periodo 2026 al 2030.