

Eje estratégico: Imagen institucional e identidad universitaria

Como parte del proceso de reflexión y análisis de planeación estratégica que se ha llevado en la Unidad Xochimilco, un aspecto que se ha considerado importante para el mejor cumplimiento de las funciones sustantivas de la Institución ha sido el fortalecimiento de la imagen y la identidad universitarias.

La Universidad puede reflexionar hoy acerca del problema del fortalecimiento de su imagen institucional porque existen abundantes ejemplos de una trayectoria exitosa en el cumplimiento de sus objetivos sociales, así como logros significativos en la investigación, la docencia y la preservación y difusión de la cultura.

Puede interpretarse la imagen de diferentes maneras; sin embargo, una forma especialmente importante para abordar este asunto, en el ámbito de las funciones y desarrollo de la Institución, es considerarla como la capacidad para establecer vínculos estables y reconocidos con el medio externo, con base en las competencias que se han logrado construir al interior de la Universidad, a lo largo de las últimas décadas.



La idea de reconocer a la UAM como una organización que requiere de una constante y dinámica interacción con el ámbito externo es, al mismo tiempo, un reconocimiento a la necesidad de establecer puentes para el mejor cumplimiento de sus objetivos en la investigación, la docencia y la preservación y difusión de la cultura.

Como un proceso de reconocimiento del medio externo al desempeño de la Universidad, la imagen puede llegar a facilitar el impacto del trabajo de investigación en la atención y solución de problemas sociales; facilitar la inserción de los egresados en el campo laboral, y ampliar la capacidad institucional para cumplir labores de preservación y difusión de la cultura.

El fortalecimiento de la imagen institucional está estrechamente relacionado con la emergencia, al interior de la Institución, de una cultura de identidad y pertenencia en la que los integrantes de la comunidad universitaria compartan objetivos, aspiraciones y conductas.

En un sentido, la imagen institucional, entendida como el conjunto de prácticas y trayectorias que se reconocen como parte de la identidad universitaria que requieren ser difundidas, implica un compromiso por parte de la Universidad y su comunidad para multiplicar los ejemplos de desempeño exitosos. Es aquí donde la cultura de pertenencia evoluciona a una estructura simbólica que identifica a los miembros de la comunidad.

OBJETIVO GENERAL: Fortalecer la imagen institucional de la Unidad Xochimilco, mediante el reconocimiento social de su autoridad académica e intelectual, fomentando una mayor participación en el debate nacional, a la vez que reforzar la identidad universitaria.



Acción prioritaria: Difundir sistemáticamente a la sociedad las investigaciones, obras de arte, diseño, patentes, prototipos e innovaciones educativas generadas por la Unidad Xochimilco.

Metas	Acciones	Indicadores
58. Incrementar la presencia de la UAM-X, mediante la difusión sistemática, en los medios de comunicación, de los productos de la comunidad académica.	Crear una instancia encargada de coordinar los diferentes programas de difusión y promoción, así como de informar sobre el avance de los mismos.	Instancia creada.
	Rector de la Unidad.	Dos meses.
	Perfeccionar la página electrónica de la Unidad, incorporando periódicamente la información relevante de las actividades de la Unidad, los resultados del trabajo académico y los currícula.	Número de actividades y incorporados en la página electrónica.
	Rector de la Unidad.	Número de accesos a la página electrónica.
	Instancia creada y Coordinación de Servicios de Cómputo.	Permanente con evaluación anual.
		Número de contactos establecidos vía la página electrónica.
		Permanente con evaluación anual.
	Registrar en los buscadores web especializados la página electrónica de la Unidad.	Número de registros en buscadores especializados.
Rector de la Unidad.	Permanente con evaluación anual.	
Instancia creada y Coordinación de Servicios de Cómputo.		
Organizar foros de investigación por Departamento e interdepartamentales, abiertos a los medios de comunicación.	Número de foros realizados.	
Rector de la Unidad.	Permanente con evaluación anual.	
Directores de División, Jefes de Departamento, Jefes de Área, Instancia creada y Coordinación de Servicios de Cómputo.	Número de asistentes.	
	Número de notas periodísticas y apariciones en medios de difusión.	

Organizar eventos para fomentar una estrategia de uso de medios de comunicación y de relación con líderes de opinión.	Permanente con evaluación anual. Número de conferencias de prensa, boletines y notas periodísticas, así como menciones en radio y televisión.
Rector de la Unidad. Instancia creada, Coordinación de Extensión Universitaria, Directores de División, Jefes de Departamento y Jefes de Área.	Permanente con evaluación anual.
Facilitar el acceso del personal académico a los medios masivos de comunicación.	Número de artículos periodísticos y entrevistas.
Rector de la Unidad. Directores de División, Jefes de Departamento, Jefes de Área, Coordinación de Extensión Universitaria y comunidad universitaria.	Permanente con evaluación anual.
Crear un banco de información de los productos científicos, tecnológicos y culturales presentados en medios de difusión, nacionales e internacionales.	Banco de información.
Rector de la Unidad. Directores de División, Jefes de Departamento, Jefes de Área y Coordinación de Extensión Universitaria.	6 meses, con actualización permanente.
Organizar visitas guiadas por las instalaciones de la Unidad, a fin de dar a conocer cómo se trabaja y las investigaciones que se desarrollan.	Número de visitas guiadas.
Rector de la Unidad. Directores de División, Coordinación de Extensión Universitaria y la comunidad universitaria.	Permanente con evaluación anual. Número de visitantes. Permanente con evaluación anual.

Establecer un programa de presencia en ferias y espacios de divulgación, con exposiciones que se renueven periódica y permanentemente.

Rector de la Unidad.
Coordinación de Extensión
Universitaria.

Número de presencias en eventos.

Permanente con evaluación anual.

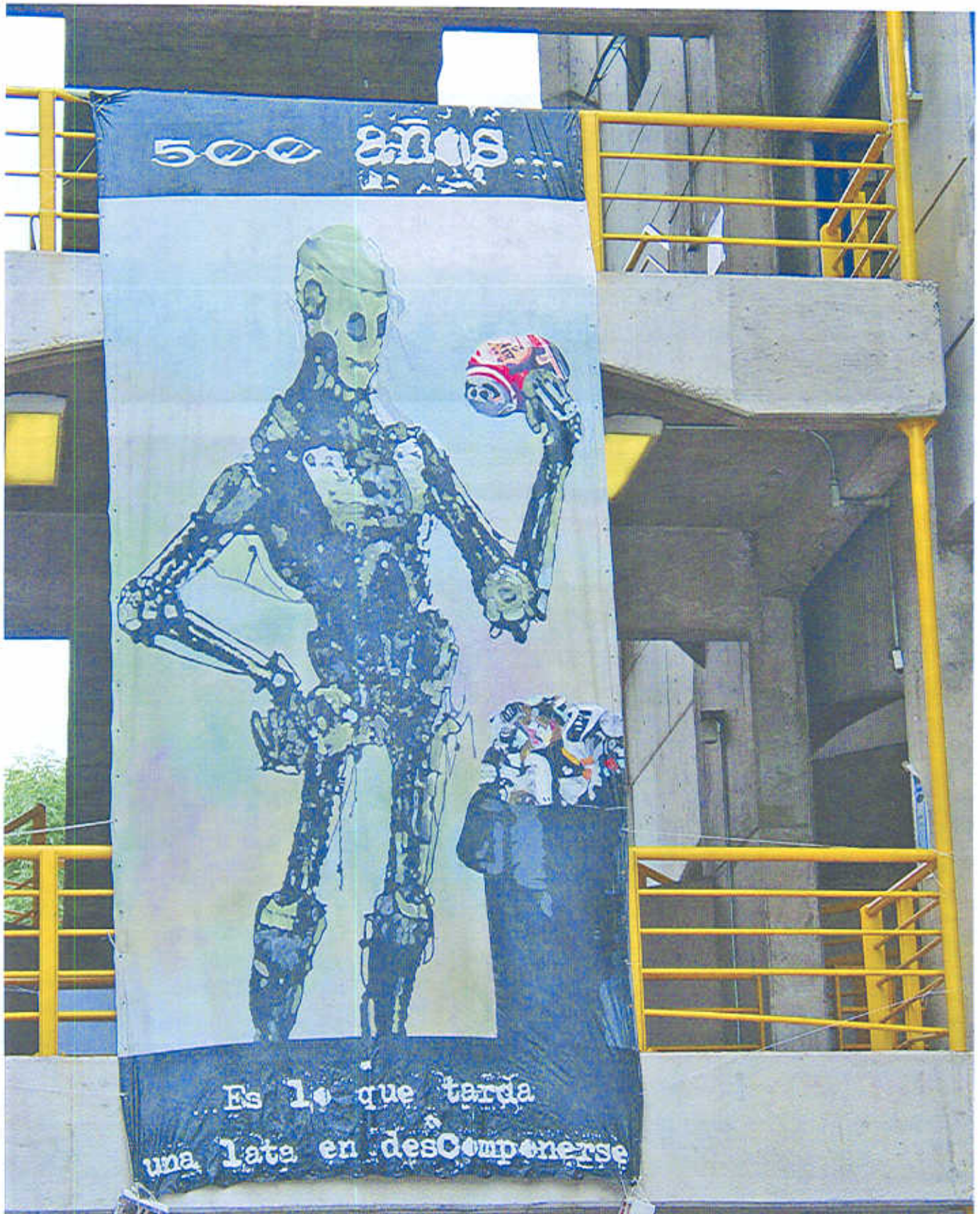




Acción prioritaria: Promover la imagen de responsabilidad ambiental de la Institución.

Metas	Acciones	Indicadores
59. Fortalecer la imagen institucional respecto al cuidado ambiental y al manejo sustentable de los recursos naturales.	Elaborar un programa para avanzar en una Unidad sustentable, mediante acciones de reciclaje, ahorro de agua y energía, así como de manejo de residuos sólidos y peligrosos, entre otras.	Programa.
	Secretaria de la Unidad y Directores de División. Comunidad universitaria.	6 meses.





Acción prioritaria: Impulsar una mayor presencia del personal académico para que sea reconocido como punto de referencia en su especialidad.

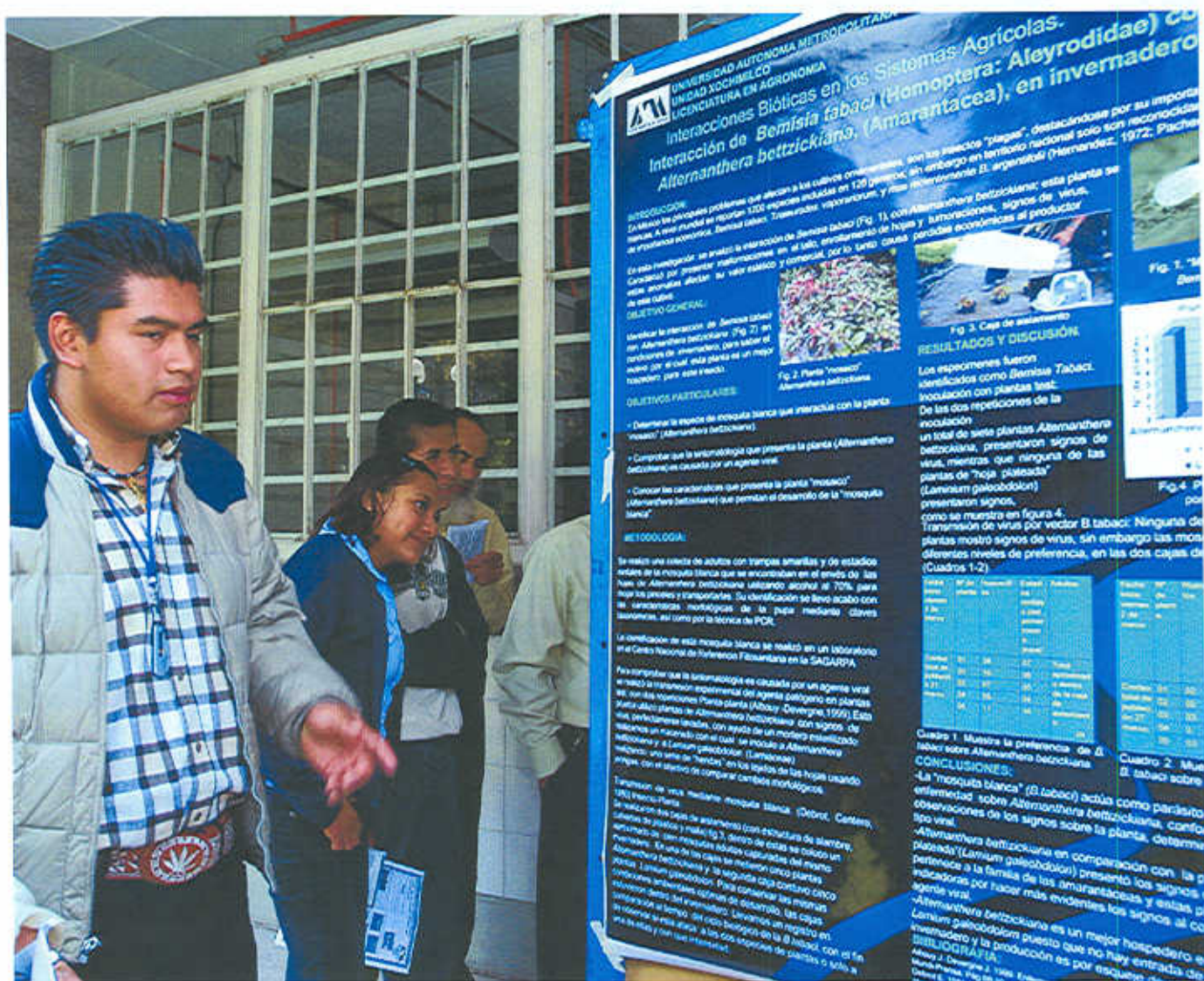
Metas	Acciones	Indicadores
60. Posicionar a profesores-investigadores como punto de referencia, en los medios masivos de comunicación.	<p>Gestionar que el personal académico participe en debates de actualidad, tanto en radio como en televisión y medios impresos.</p> <hr/> <p>Rector de la Unidad. Instancia creada, Directores de División, Jefes de Departamento, Jefes de Área y Coordinadores de Estudios.</p>	<p>Número de participaciones del personal académico en los medios masivos de comunicación.</p> <hr/> <p>Permanente con evaluación anual.</p>





Acción prioritaria: Promover la imagen del egresado de la UAM-Xochimilco.

Metas	Acciones	Indicadores
61. Posicionar a los egresados en el mercado de trabajo.	Difundir las competencias y habilidades de los egresados en el mercado de trabajo.	Número de materiales elaborados.
	Rector de la Unidad. Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico, Coordinación de Extensión Universitaria, Secretarios Académicos y Coordinadores de Estudios.	Permanente con evaluación anual. Número de perfiles formulados y difundidos.
		Permanente con evaluación anual.



Eje estratégico: Imagen institucional e identidad universitaria



Acción prioritaria: Promover la participación del personal académico en los organismos y organizaciones multipartitas.

Metas	Acciones	Indicadores
62. Incrementar la participación del personal académico en foros, jurados y comités de evaluación.	Promover que los integrantes del personal académico con mayores reconocimientos formen parte de instancias multipartitas de corte académico. Rector de la Unidad.	Número de profesores-investigadores participantes en organismos multipartitas. Permanente con evaluación anual.



