

RELACIONES INSTITUCIONALES

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide, dependiente del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales e Internacionales, establece esa conexión necesaria entre la Universidad y los medios de comunicación que informan a la opinión pública acerca de las actividades de esta institución pública sevillana, a la vez que se ocupa de la actualización y mantenimiento de la web institucional, instrumento de comunicación externa e interna de la Universidad, de la gestión de la imagen corporativa y de la gestión de la publicidad.

Las funciones de la Unidad Técnica de Comunicación se han incrementado, a lo largo del curso 2008-2009, con las siguientes actividades:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Actualización de la web institucional.
- Actualización del periódico electrónico universitario, DUPO
- Diseño y elaboración del Boletín Oficial de la Universidad, BUPO
- Gestión de la nueva información generada en la Universidad a difundir en la web.
- Administración del correo electrónico con el consiguiente reenvío a quien corresponda de las solicitudes y consultas realizadas a la universidad a través del buzón general de la Universidad.
- Diseño de nuevas páginas web.
- Gestión de los elementos de la imagen corporativa de la Universidad.
- Gestión de la publicidad generada por la Universidad en este curso.
- Realización de nuevas imágenes digitales.
- Gestión del dossier de prensa digitalizado.
- Gestión de la grabación de un vídeo institucional sobre la Universidad.

Estos cometidos vienen a facilitar el conocimiento de las actividades de la Universidad al resto de la sociedad, y pueden estructurarse en cuatro áreas de trabajo:

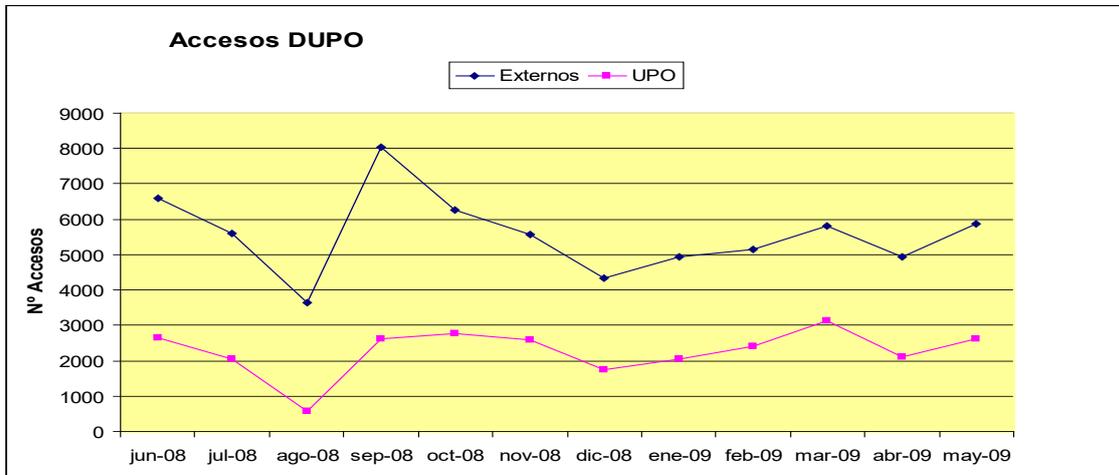
Gestión de la Web Institucional

Las funciones del servicio web que gestiona la Unidad Técnica de Comunicación, durante el curso 2008-2009, han consistido en:

- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide.
- Elaboración del BUPO (Boletín Oficial de la Universidad Pablo de Olavide). Editados desde el número 19 (marzo de 2008) al número 26 (febrero de 2009).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide).
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2008-2009.
- Diseño de la plantilla a partir de la cual se crean los sitios web de las áreas y servicios de la Universidad Pablo de Olavide, mediante el gestor de contenidos Open Cms, de acuerdo con la Instrucción sobre Publicación y Alojamiento Web. Durante este periodo se han elaborado imágenes de cabecera para 25 de estos sitios web.
- Desde finales de 2008 se inician los contactos con la consultora Isotrol con objeto de iniciar los trabajos para el desarrollo de un nuevo portal web para la Universidad Pablo de Olavide. En abril de 2009 se hizo entrega del documento de conclusiones de la fase de consultoría sobre la arquitectura de la información y el diseño del nuevo portal de la Universidad, tras varias reuniones mantenidas entre el personal de la consultora y del Servicio de Informática y de la Unidad Técnica de Comunicación, por parte de la Universidad.

Desde el 1 junio de 2008 al 30 de mayo de 2009, han sido 367 las solicitudes dirigidas a la Unidad para la actualización o la difusión de información universitaria a través de páginas web alojadas bajo el dominio de la Universidad, durante este mismo periodo, han sido atendidas, asimismo, 1.506 consultas de usuarios externos.

Una de las herramientas principales con las que cuenta la Unidad Técnica de Comunicación, tanto para la comunicación interna como la difusión al exterior de las actividades de la Universidad es el periódico digital DUPO. Desde junio de 2008 a mayo de 2009 los accesos contabilizados a su página principal son los que muestra el siguiente gráfico:



Difusión de la Información de la Universidad Pablo de Olavide en los Medios de Comunicación

De junio de 2008 a mayo de 2009, la gestión de la información a difundir en los medios, a excepción de la proveniente del equipo de gobierno, se ha realizado a través de una solicitud desde la página web de la Unidad Técnica de Comunicación. Desde entonces, han sido 521 las peticiones realizadas a esta Unidad por parte de miembros de la Universidad que han utilizado la dirección de correo electrónico prensa@upo.es para que desde el mismo se de difusión a la actividad en cuestión.

Asimismo, respecto a las peticiones de los medios de comunicación para elaborar informaciones relativas a la Universidad o en la que participan miembros de la misma, de junio de 2008 hasta mayo de 2009 han sido un total de 355 peticiones de los periodistas de medios de comunicación gestionadas por la Unidad Técnica de Comunicación.

La Universidad Pablo de Olavide ha aparecido en los medios de comunicación escritos y audiovisuales de manera continua, siendo las páginas específicas de universidad de la prensa escrita su principal marco de difusión.

Las principales actividades generadas han sido las siguientes:

- Elaboración y remisión de 1.011 notas e informes a los medios de comunicación de información general y específica, volumen de información que se ha incrementado con respecto al curso pasado, entre las que hay que incluir las 200 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO y 28 notas de prensa de divulgación científica.

- Elaboración de 7 entrevistas a miembros de la comunidad universitaria, en el DUPO.
- Elaboración del Tablón de Actualidad en el DUPO.
- Elaboración de Agenda Cultural en el DUPO.
- Gestión del dossier de prensa sobre Universidad.
- Recopilación de información y elaboración de informes sobre la Universidad Pablo de Olavide para las siguientes guías de estudios: CRUE; DICES (2009-2010); 50 Carreras de El Mundo; Especial 250 Másteres de El Mundo; Y Ahora Qué; Gaceta Universitaria; La Razón (2009-2010); Aula Magna y Guía Consumer-Erosky.

Gestión de la Imagen Corporativa

Las tareas de gestión de la imagen corporativa de la Universidad Pablo de Olavide se han incrementado a lo largo de este curso 2008-2009 con:

- Supervisión de la imagen corporativa
- Realización de material y soportes institucionales (carta de servicios, enara, photocall, conjunto de folletos del EEES, plantilla de presentación)
- Realización de informaciones gráficas de cargos académicos de la UPO y de actividades de esta institución dirigidas a los medios de comunicación

Desde el 1 junio de 2008 al 30 de mayo de 2009, han sido 138 las solicitudes realizadas a la Unidad Técnica por parte de miembros de la Universidad. Se han realizado 21 materiales y soportes institucionales para su uso y difusión tanto dentro como fuera de la Universidad y un total de 176 reportajes gráficos de actividades académicas y/o culturales.

Gestión de la Publicidad

La Unidad Técnica de Comunicación gestiona, asimismo, la publicidad sobre la Universidad Pablo de Olavide que aparece en los medios de comunicación. A lo largo del curso 2008-2009, esta gestión se ha incrementado con lo siguiente:

- Gestión del patrocinio de los grupos de comunicación RTVA; ABC Sevilla; abcdesevilla.es; Punto Radio; Sevilla TV; El Correo de Andalucía; Cadena SER; Localia TV: Diario de Sevilla; El Mundo Andalucía; Gaceta Universitaria; Marca; Radio Marca; 20 Minutos; ADN y

Aula Magna en la III Feria de Empleo “Sevilla Mercado Joven” de la Universidad Pablo de Olavide. Elaboración de informe final del desarrollo comunicativo de la Feria.

- Maquetación de publicidad informativa en los medios.
- Realización y gestión de la publicidad insertada en los medios.
- Elaboración de informes para suplementos publicitarios especiales sobre educación superior.
- Gestión de la grabación de un video institucional sobre la Universidad Pablo de Olavide.