



22 de julio de 2021

**CONVOCATORIA DE PROMOCIÓN INTERNA A TITULADO
SUPERIOR COMUNICACIÓN (REF.: PIL01/20), DE LA UNIVERSIDAD
PABLO DE OLAVIDE DE SEVILLA**

(Resolución de 11 de enero de 2021)

SEGUNDO EJERCICIO

**NO ABRA ESTE CUADERNILLO
HASTA QUE SE LE INDIQUE**

REF.: PIL01/20

TITULADO SUPERIOR COMUNICACIÓN

SEGUNDO EJERCICIO

Con motivo del 25º aniversario de la Universidad Pablo de Olavide, se quiere llevar a cabo una campaña de comunicación de dicha celebración y de las acciones relacionadas con el evento, resaltando la especial vinculación de esta Universidad durante sus 25 años con su entorno económico, social y cultural, así como su compromiso con la contribución al progreso, con la enseñanza del respeto a los derechos fundamentales y libertades públicas, con el fomento de la igualdad, la solidaridad y los valores humanos, y con la respuesta a las necesidades y problemas de la sociedad contemporánea.

Contextualización: Se adjunta un dossier con material informativo para la elaboración del ejercicio.

* * *

Pregunta 1. Redacte una nota de prensa sobre esta información para su divulgación en los medios de comunicación internos y/o externos.

Pregunta 2. Defina el proceso de gestión de la comunicación de esta noticia detallando las acciones y distribución de la información en los medios de comunicación internos y/o externos.

Pregunta 3. Defina la estructura de una *landing page* de la campaña de comunicación con motivo del 25º aniversario de la Universidad, con el objetivo de englobar toda la información sobre este acontecimiento en este espacio digital ubicado en la web de la Universidad Pablo de Olavide, así como sus actividades.

Pregunta 4. Desarrolle un concurso para las redes sociales de la Universidad con el objetivo de crear tráfico hacia la *landing page* del 25º aniversario. Con motivo de este concurso la Universidad ha lanzado una línea de productos institucionales para sortearlos. Indique de manera razonada en qué red social o redes sociales se va a realizar esta acción.

Pregunta 5. Defina un plan de medios con el objetivo de dar a conocer a la sociedad la campaña de comunicación del 25º aniversario de la Universidad Pablo de Olavide. Indique las acciones por cada uno de los medios seleccionados para el plan de comunicación, la distribución del presupuesto y el horizonte temporal. La asignación presupuestaria es de 40.000 €.