

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 Pablo de Olavide, 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 2009-2010 con las siguientes actividades:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Actualización de la web institucional.
- Nuevo portal web de la Universidad: Redacción de contenidos y coordinación de su traducción.
- 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 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.

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 2009-2010, han consistido en:

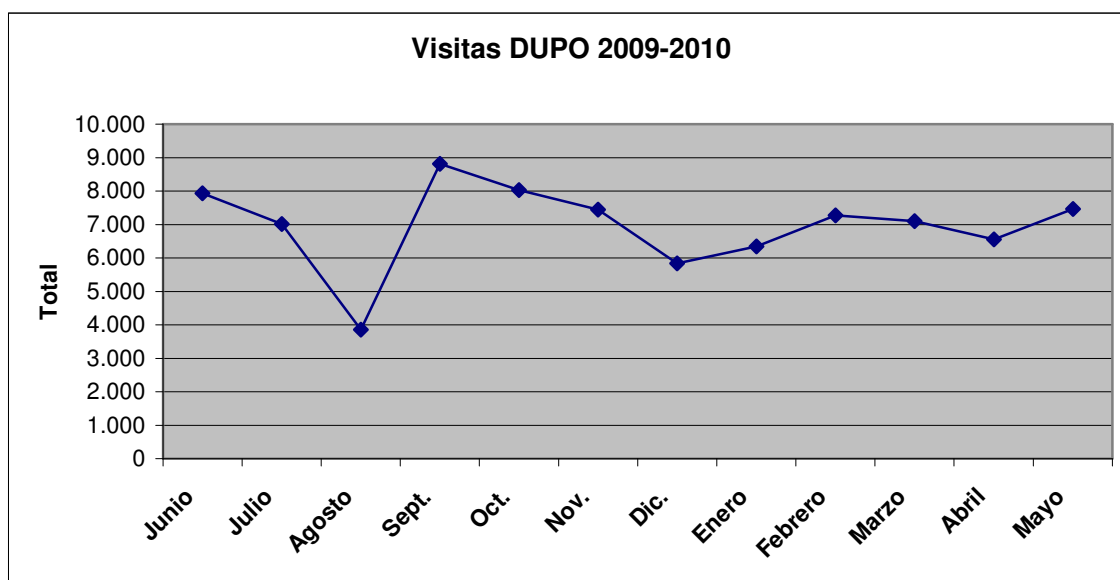
- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide.
- Elaboración del BUPO (Boletín Oficial de la Universidad Pablo de Olavide), la Gaceta Oficial de la Universidad, que tiene por objeto la publicación interna de los acuerdos, resoluciones y disposiciones de sus órganos colegiados y unipersonales de gobierno general de la Universidad. Editados desde el número 27 (marzo/abril 2009) al número 34 (enero 2010).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide), un sitio web que recopila la información de utilidad a la comunidad universitaria, recogiendo los eventos generados en la misma así como los provenientes de otras instituciones que puedan ser de interés. Durante este año se ha incorporado al DUPO una sección de agenda para recoger todas las actividades diarias que tienen lugar en la Universidad.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2009-2010.
- Elaboración de imágenes de presentación para los sitios web de servicios administrativos, áreas y grupos de investigación así como eventos con sede en la Universidad.
- Reelaboración de *layout* del portal de la Universidad Pablo de Olavide desarrollado por Isotrol según instrucciones recibidas por el Consejo de Dirección.
- Creación de la Guía de Estilo Web para facilitar la edición web y el cumplimiento de estándares de accesibilidad y usabilidad en los sitios web de la Universidad.

La actualización de los sitios web que se realizan a través de la Unidad Técnica de Comunicación se procura canalizar mediante una solicitud dirigida a la dirección de correo electrónico web@upo.es. Del 1 junio de 2009 al 31 de mayo de 2010, han sido 360 las solicitudes dirigidas a esta Unidad para la actualización o la difusión de información universitaria a través de páginas web alojadas bajo el dominio de la Universidad.

Por otra parte, los usuarios/as externos/as a la Universidad dirigen sus consultas y sugerencias a esta institución a través de una dirección de correo electrónico: upo@upo.es o del buzón general de la

web. Durante el mismo periodo, del 1 de junio de 2009 al 31 de mayo de 2010, han sido 1.348 las consultas atendidas mediante este servicio.

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 2009 a mayo de 2010 los accesos contabilizados a su página principal son los que muestra el siguiente gráfico:



7.940	7.013	3.863	8.812	8.028	7.449	5.843	6.343	7.274	7.101	6.554	7.462
Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2009							2010				

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

La Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide 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. Entre sus funciones, a lo largo del curso 2009-2010, están la elaboración diaria de boletines o resúmenes con las noticias publicadas en prensa referentes al



ámbito universitario; la redacción y remisión a los medios de comunicación de notas e informes; las convocatorias de encuentros con los medios y ruedas de prensa; la gestión de entrevistas con miembros de la comunidad universitaria, así como el asesoramiento de estrategias informativas; el archivo de documentación, o la emisión de informes técnicos.

La Universidad Pablo de Olavide está presente en la sociedad a través de una difusión permanente y continuada en los medios de comunicación a lo largo del curso 2009-2010, donde mejor queda patente la labor realizada, y que, en prensa escrita, puede constatarse en el archivo de los dossiers diarios con la información impresa publicada sobre la Universidad Pablo de Olavide y en el DUPO con el dossier diario digitalizado que recoge las noticias universitarias. Además, todas las notas de prensa sobre la Universidad elaboradas por la Unidad Técnica de Comunicación son diariamente publicadas en el DUPO.

De junio de 2009 a mayo de 2010, 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 494 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 la misma se dé 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 2009 hasta mayo de 2010 han sido un total de 427 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.

Por otra parte, las funciones de la Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide se han incrementado en:

- Elaboración y remisión de 1.115 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 237 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO y 49 notas de prensa de divulgación científica.
- Elaboración de 4 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: Dices 2010-2011; CRUE; 50 Carreras de El Mundo; Especial 250 Masters de El Mundo; Y Ahora Qué; Especial Universidades La Razón 2010-11; Especial Masters de La Razón; Guía Consumer-Erosky y Portal de Estudios Universia.

Gestión de la Imagen Corporativa

La Unidad Técnica de Comunicación se ocupa, asimismo, de la gestión de la imagen corporativa, con la supervisión de actuaciones que conllevan la plasmación de dicha imagen, actuaciones tales como la consulta acerca de su correcta aplicación y la petición de archivos del manual para su reproducción.

Las tareas de gestión de la imagen corporativa de la Universidad Pablo de Olavide se han incrementado a lo largo de este curso 2009-2010 con:

- Supervisión de la imagen corporativa.
- Realización de material y soportes institucionales (folletos informativos de eventos (congresos, simposio); enara; photocall; video Honoris Causa; carteles; banderolas; folletos, dossier digital para difusión del Plan Estratégico).

- Realización de informaciones gráficas de cargos académicos de la Universidad y de actividades de esta institución dirigidas a los medios de comunicación.

La gestión de la imagen corporativa se procura realizar a través de una solicitud desde la página web de la Unidad Técnica de Comunicación. Del 1 junio de 2009 al 1 de junio de 2010, han sido 194 las solicitudes realizadas a esta Unidad Técnica por parte de miembros de la Universidad que han utilizado este servicio. Por otro lado, en el mismo periodo se han realizado 14 materiales y soportes institucionales para su uso y difusión tanto dentro como fuera de la Universidad. Asimismo, se han realizado un total de 180 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 de este curso 2009-2010, esta gestión se ha incrementado con:

- Gestión del patrocinio de los grupos de comunicación RTVA; ABC Sevilla; abcdesevilla.es; Punto Radio; Giralda TV; El Correo de Andalucía; Cadena SER; Diario de Sevilla; Gaceta Universitaria; 20 Minutos; Qué Sevilla; ADN y Aula Magna en la IV Feria de Empleo "Sevilla Mercado Joven" de la Universidad Pablo de Olavide. Elaboración de informe final del desarrollo comunicativo de la Feria.
- Negociación con medios de comunicación para colaboraciones publicitarias anuales.
- 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.