



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 han consistido a lo largo del curso 2011-2012 en las siguientes actividades:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Actualización de la web institucional.
- Actualización del portal web de la Universidad con toda la información de la Oferta Académica de la Universidad Pablo de Olavide para futuros/as estudiantes: www.upo.es/guia-estudios.
- Actualización del periódico electrónico universitario, DUPO.
- 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.
- Gestión de los portales institucionales.
- 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 y actualización de contenidos en las Redes Sociales en las cuales está presente la Universidad Pablo de Olavide: Facebook, Twitter y Tuenti.



- Gestión de los contenidos de la Universidad Pablo de Olavide en sus canales institucionales de YouTube y Flickr.
- Elaboración de informaciones y reportajes audiovisuales.
- Puesta a disposición de los/as usuarios/as a partir del 3 de octubre de la herramienta BMC SERVICE DESK EXPRESS, como cauce ordinario para gestionar las peticiones y solicitudes relacionadas con las siguientes tareas:
 - Difusión en medios: comunicación institucional interna y externa (difusión tanto en medios de comunicación social como institucionales).
 - Fotografía Institucional: cubrir gráficamente actividades de la Universidad Pablo de Olavide o solicitar fotografías del banco de imágenes disponible.
 - Publicidad / Marca Gráfica: gestión de publicidad institucional y solicitudes relacionadas con la imagen corporativa Universidad Pablo de Olavide.
 - Web Institucional: actualización y publicación en el sistema de información web institucional de la Universidad.

Con la herramienta de gestión BMC, que sustituyó en el último trimestre de 2011 a los respectivos correos electrónicos prensa@upo.es, imagen@upo.es, publicidad@upo.es y web@upo.es, cada petición queda asociada a un número de referencia y el/la usuario/a puede modificarla, queda informado/a de quién atiende su solicitud y del momento en que ésta es atendida.

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:

Comunicación Web

Las labores de comunicación web llevadas a cabo por la Unidad Técnica de Comunicación durante el curso 2011-2012, han consistido en:

- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide (www.upo.es).



- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide), el sitio web de noticias de la Universidad que publica también 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 la sección 'DEPORTES' dando cabida a toda la información sobre los/as deportistas y las competiciones que tienen lugar en la Universidad Pablo de Olavide.
- Actualización de las noticias de la Universidad en el multiportal de centros.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2011-2012.
- Elaboración de imágenes y revisión de criterios de accesibilidad, usabilidad, SEO e imagen corporativa en la creación de nuevos sitios web institucionales: servicios administrativos; áreas y grupos de investigación; eventos con sede en la Universidad, etc.
- Adaptación de la plantilla utilizada en el gestor de contenidos de la Universidad (OpenCms) para la creación autónoma de sitios web con el objetivo de integrarlos con el portal institucional de la Universidad Pablo de Olavide.

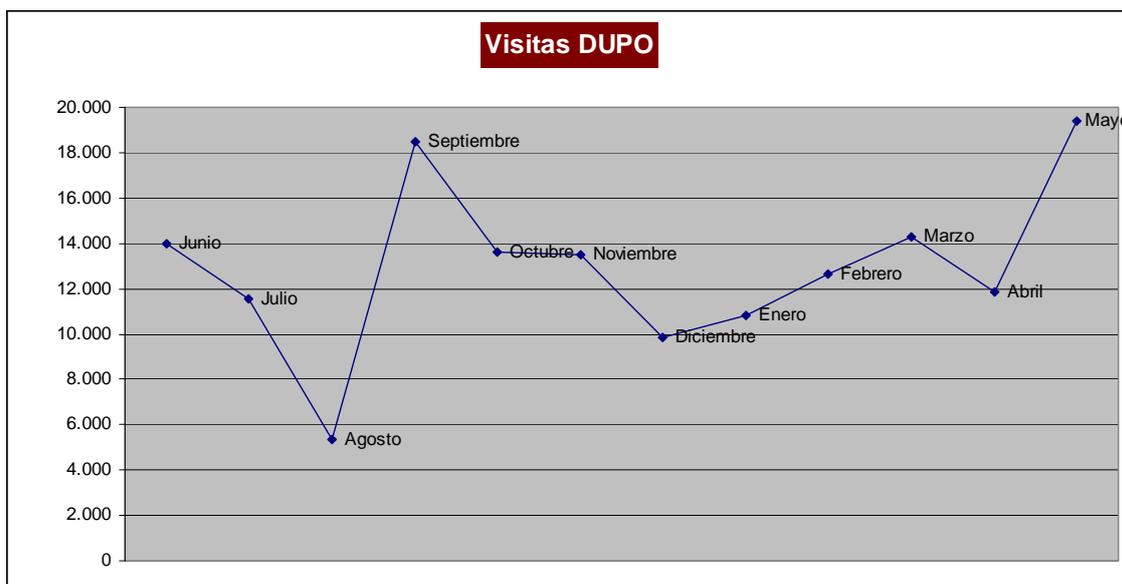
La gestión de la actualización de los sitios web se ha estado realizando a través de una solicitud al email indicado (web@upo.es) en la página web de la Unidad Técnica de Comunicación hasta octubre de 2011. Desde el 3 de octubre, se puso en marcha la herramienta BMC (<http://nirvana.upo.es/HelpDesk/>) a través de la cual se solicitan las peticiones de actualización web de manera automatizada. Del 1 junio de 2011 al 31 de mayo de 2012, se han gestionado 311 solicitudes dirigidas a esta Unidad para la edición, la difusión o la gestión 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 2011 al 31 de mayo de 2012, han sido atendidas una media de cuarenta consultas mensuales 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 2011 a mayo de 2012 los accesos contabilizados a este sitio web



de noticias han sido 155.270 con un total de 49.273 usuarios/as. Estas cifras suponen un incremento de tráfico del 72% interanual y más del doble del número de visitantes con un aumento del 113%. En cambio, la duración media de la visita y el promedio de páginas vistas apenas varía: 1m 26sg con 1.31 páginas/visita.



13.971	11.540	5.352	18.456	13.644	13.517	9.859	10.797	12.637	14.256	11.859	19.382
Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2011						2012					

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 2011-2012, 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 2011-2012, donde mejor queda patente la labor realizada, y que, en prensa escrita, puede constatarse 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.

La gestión de la información a difundir en los medios, a excepción de la proveniente del equipo de gobierno, se ha estado realizando a través de una solicitud al email indicado (prensa@upo.es) en la página web de la Unidad Técnica de Comunicación hasta octubre de 2011. Desde el 3 de octubre, se puso en marcha la herramienta BMC (<http://nirvana.upo.es/HelpDesk/>) a través de la cual se solicitan las peticiones relacionadas con difusión en medios de manera automatizada. Del 1 junio de 2011 al 31 de mayo de 2012, han sido 688 las solicitudes realizadas a esta Unidad Técnica por parte de miembros de la Universidad para que desde la misma se dé difusión a la actividad o proyecto en los medios de comunicación.

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 2011 hasta mayo de 2012 han sido un total de 300 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 la prensa escrita y cada vez más la digital 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 1.098 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 495 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO.

- Elaboración de 12 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; Aula Magna; Especial 50 Carreras de El Mundo; Especial Ranking 250 Master de El Mundo; Y Ahora Qué 2012-2013; Especial Universidades y Programas de Postgrado de La Razón 2012-13; Guía Consumer-Erosky.

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 2011-2012 con:

- Supervisión de la imagen corporativa.
- Realización y/o supervisión de material y soportes institucionales como folletos informativos (Cartas de servicios de la Facultad de Experimentales, Facultad de Derecho); dossiers (Upobarómetro 2011 y 2012, Estatutos de la Universidad Pablo de Olavide); diseños (carátulas de cds, banners, actualización de presentaciones, felicitación de navidad) y soportes (lonas Bienvenida Erasmus).
- Aplicaciones de material de papelería para diferentes centros (tarjetas de visitas, plantillas, directorios y señalización).
- 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 ha estado realizando a través de una solicitud al email indicado en la página web de la Unidad Técnica de Comunicación (imagen@upo.es) hasta octubre de 2011. Desde el 3 de octubre, se puso en marcha la herramienta BMC (<http://nirvana.upo.es/HelpDesk/>) a través de la cual se solicitan las peticiones relacionadas con la imagen institucional. Del 1 junio de 2011 al 31 de mayo de 2012, han sido 113 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 11 materiales y soportes institucionales para su uso y difusión tanto dentro como fuera de la Universidad. Asimismo, se han realizado un total de 166 reportajes gráficos y 25 reportajes audiovisuales 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 2011-2012, esta gestión se ha incrementado con:

- Gestión del patrocinio de los grupos de comunicación RTVA; Giralda TV; El Correo de Andalucía; La Razón; Diario de Sevilla; 20 Minutos; y Aula Magna en la Feria Universitaria 360º de Empleo, Postgrado y Emprendedores "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 inserciones publicitarias.
- Maquetación de la publicidad insertada en los medios (15 inserciones de publicidad para diferentes medios de comunicación).
- Elaboración de páginas redaccionales (publiredaccionales) para los medios escritos, suplementos generales (como el suplemento Saber del Grupo Joly) y suplementos publicitarios especiales sobre educación superior. En total se han adaptado un total de 73 notas de prensa.

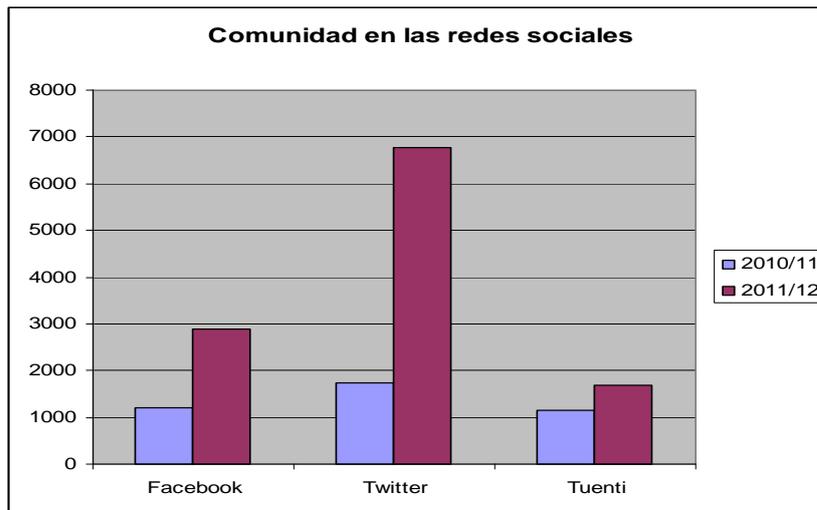
Gestión de las Redes Sociales

La Unidad Técnica de Comunicación ha promovido también este curso la presencia de la Universidad Pablo de Olavide en las redes sociales, mediante la gestión y actualización de contenidos en Facebook, Twitter y Tuenti, así como la gestión de los contenidos de la Universidad Pablo de Olavide en



sus canales institucionales de YouTube y Flickr.

Gestión y actualización de contenidos en las Redes Sociales en las cuales está presente la Universidad Pablo de Olavide: Facebook (un total 2.882 seguidores/as, lo que suponen 1.685 nuevos/as seguidores/as este curso y un crecimiento del 140,76% con respecto al mismo periodo anterior), Twitter (con 6.759 seguidores, con un incremento este año total de 5.027 nuevos seguidores, lo que representa un crecimiento del 190,24% con respecto al mismo periodo del año anterior), teniendo un nivel de influencia en la comunidad virtual (obtenido por el servicio independiente Klout.com) de 55, el segundo más alto de las Universidades públicas andaluzas, y Tuenti (1.696 usuarios/as de la página institucional, con un crecimiento del 17%, y 9.104 nuevas visitas a los perfiles).



Gestión de los contenidos de la Universidad Pablo de Olavide en el canal institucional de YouTube, donde este año se han registrado 22.531 reproducciones de un total de 35.968 (un 67% más que durante el curso anterior) de sus 108 vídeos institucionales, reportajes y conferencias.

Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de Flickr, con 105.201 visitas durante el presente curso -un 55% más que el pasado año- y 457 nuevas imágenes subidas.