

RELACIONES INSTITUCIONALES

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide, dependiente del Vicerrectorado de Internacionalización y Comunicación, 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 través de la gestión de noticias sobre la Universidad Pablo de Olavide, a la vez que se ocupa de la gestión de contenidos de la web institucional, de la gestión de la imagen corporativa de esta institución, de la gestión de los perfiles institucionales en las redes sociales y de la gestión de la publicidad.

Las funciones de la Unidad Técnica de Comunicación han consistido a lo largo del curso 2012-2013 en las siguientes actividades:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Actualización de la web institucional.
- Actualización portal web de la Universidad con toda la información de la Oferta Académica de la Universidad Pablo de Olavide para futuros 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 videonoticias.

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 Contenidos Institucionales Web

Las labores de comunicación web llevadas a cabo por la Unidad Técnica de Comunicación durante el curso 2012-2013, han consistido en:

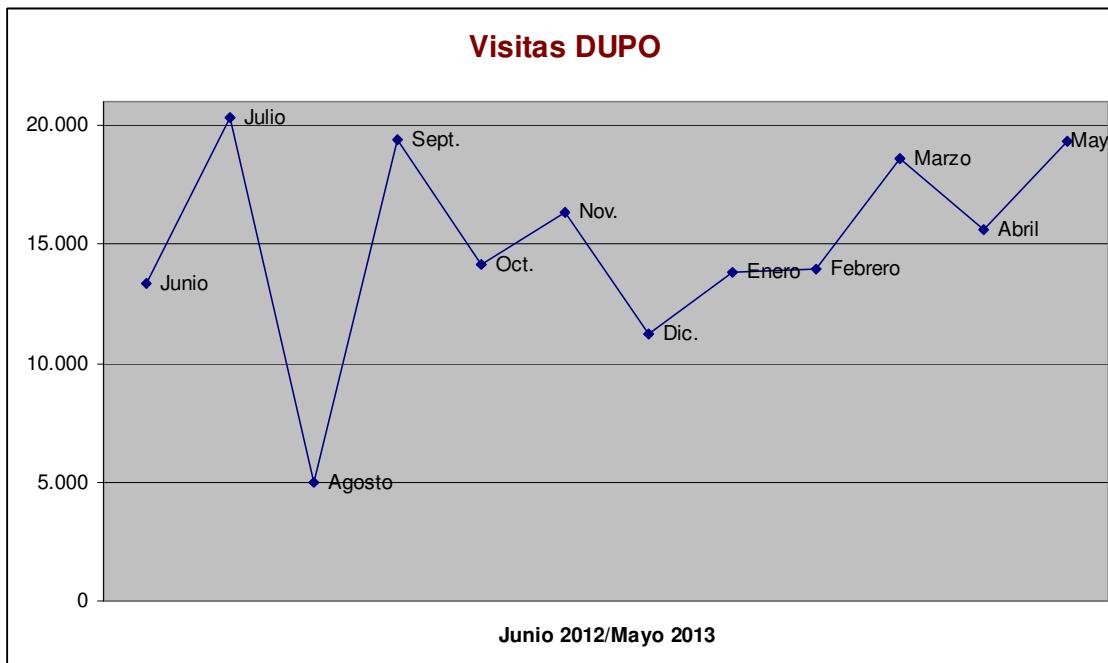
- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide (www.upo.es).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide), el sitio web de noticias de la Universidad que publica también información de utilidad a la comunidad universitaria, recogiendo los eventos generados en la misma así como los provenientes de otras instituciones que puedan ser de interés.
- Actualización de las noticias de la Universidad en el multiportal de Centros.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2012-2013.
- 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.
- Nuevo Diario de la Universidad Pablo de Olavide: nuevo diseño del diario digital y adopción de un CMS para la gestión de sus contenidos, incrementando la visibilidad de las noticias así como la facilidad de su búsqueda.
- Incorporación de las mejoras propuestas en el informe 'Evaluación de usabilidad para el Portal corporativo UPO', realizado por Juan Pablo López Franco.
- Nuevo Boletín o newsletter, de envío semanal, con las principales noticias y novedades de interés para la comunidad universitaria.

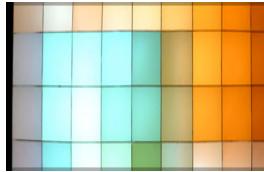
La gestión de la actualización de los sitios web se realiza mediante la herramienta BMC (<http://nirvana.upo.es/HelpDesk/>) a través de la cual se solicitan las peticiones de actualización web de

manera automatizada. Del 30 de junio de 2012 al 30 de junio de 2013, se han gestionado 207 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 externos 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 30 de junio de 2012 al 30 de junio de 2013, han sido atendidas una media de 33 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 2012 a mayo de 2013 los accesos contabilizados a este sitio web de noticias han sido 186.194 con un total de 73.039 usuarios. Estas cifras suponen un incremento de tráfico del 19.9% interanual con un aumento de visitantes del 48.2%. En cambio, la duración media de la visita se mantiene alrededor del minuto y medio: 1m 25sg.





13.347	20.346	4.971	19.415	14.178	16.339	11.236	13.829	13.971	18.610	15.645	19.308
Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2012						2013					

Difusión de Noticias 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 2012-2013, están 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 2012-2013, 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 se realiza mediante 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 30 de junio de 2012 al 30 de junio de 2013, han sido 515 las solicitudes realizadas a esta Unidad Técnica por parte de miembros de la Universidad para que desde la misma se de 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 2012 hasta junio de 2013 han sido un total de 285 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 1.130 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 417 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO.
- Elaboración de 20 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: Aula Magna; Especial 50 Carreras de El Mundo; Especial Ranking 250 Master de El Mundo; Y Ahora Qué 2013-2014; Informe sobre la Implantación del E-título en las Universidades Españolas de la agencia de comunicación Annie Bonnie; Ranking de Universidades de El Mundo; Guía Máster Especial MBA 2013; Directorio de programas Universitarios para mayores 2013-2014; y Blog Digital Avanzaentucarrera.com.
- Recopilación de información sobre la Universidad Pablo de Olavide para los siguientes especiales: Suplemento Anual de Universidades del periódico La Razón para el curso 2013-2014; Especial Formación Universitaria del periódico ABC; Especial Estudios de Postgrado del periódico Aula Magna; Especial Campus de Excelencia Internacional del periódico Aula Magna; Especial Todos los Grados Universitarios, curso 2013-2014, para la edición de mayo de la revista universitaria “Y ahora qué”; Especial Ymagazine.es Cursos de Verano Universitarios; y Especial Formación de la revista Andalucía Económica.

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 2012-2013 con:

- Supervisión de la imagen corporativa.
- Realización y supervisión de material y soportes institucionales como folletos informativos (Jornadas y folleto del nuevo Grado en Trabajo Social y Sociología); diseños (banners, actualización de presentaciones, felicitación de navidad, campaña de jornadas de puertas abiertas) y soportes (carteles y lona para las jornadas de puertas abiertas, frontal de mesa para jornadas de puertas abiertas y jornadas Open Data y lona institucional personalizada para la Facultad de Humanidades).
- Aplicaciones de material de papelería para diferentes centros (tarjetas de visitas, plantillas, pies de firma personalizadas para emails, 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 realiza mediante la herramienta BMC (<http://nirvana.upo.es/HelpDesk/>) a través de la cual se solicitan las peticiones relacionadas con la imagen institucional. Del 30 de junio de 2012 al 30 de junio de 2013, han sido 65 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 7 materiales y soportes institucionales para su uso y difusión tanto dentro como fuera de la Universidad. Asimismo, se han realizado un total de 189 reportajes gráficos y 20 videonoticias de actividades académicas y/o culturales.

Gestión de la Publicidad

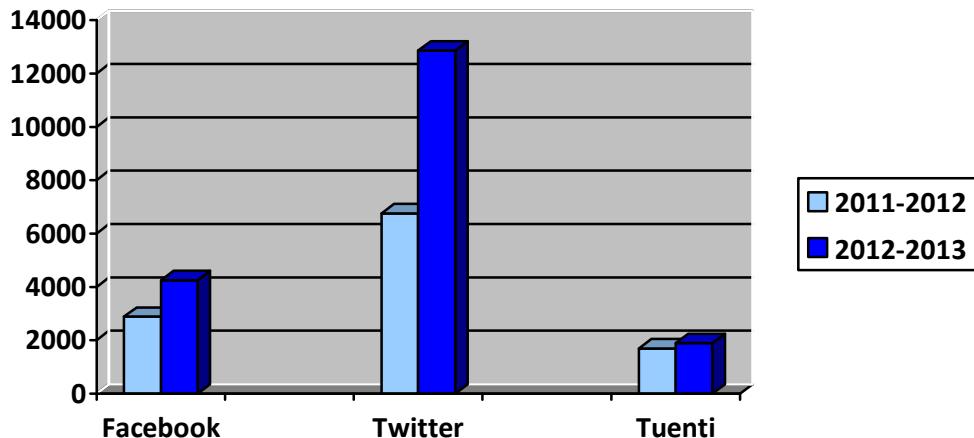
La Unidad Técnica de Comunicación gestiona, asimismo, la publicidad sobre la Universidad Pablo de Olavide que aparece en los medios de comunicación. A lo largo de este curso 2012-2013, esta gestión se ha mantenido con:

- Negociación con medios de comunicación tanto impresos como digitales para inserciones publicitarias (formatos: páginas, media página y banners).
- Maquetación de la publicidad insertada en los medios (15 inserciones de publicidad para diferentes medios de comunicación impresos y digitales).
- 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 23 notas de prensa.

Gestión de los Perfiles Institucionales en las Redes Sociales

La Unidad Técnica de Comunicación continúa promoviendo 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 de 4.253 seguidores, lo que suponen 1.371 nuevos seguidores este curso y un crecimiento del 147,57% con respecto al mismo periodo anterior), Twitter (con 12.859 seguidores, con un incremento este año total de 6.100 nuevos seguidores, lo que representa un crecimiento del 190,25% 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 63, el cuarto más alto de las universidades públicas andaluzas, y Tuenti (1.889 usuarios de la página institucional, con un crecimiento del 10,2%) .



- Gestión de los contenidos de la Universidad Pablo de Olavide en el canal institucional de YouTube, donde este curso se han registrado 28.718 reproducciones de un total de 67.903 (un 27% más que durante el curso anterior) de sus 170 vídeos institucionales, culturales, reportajes y conferencias.
- Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de Flickr, con 1.371 nuevas imágenes subidas.