

RELACIONES INSTITUCIONALES

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

Gestión de la Web Institucional

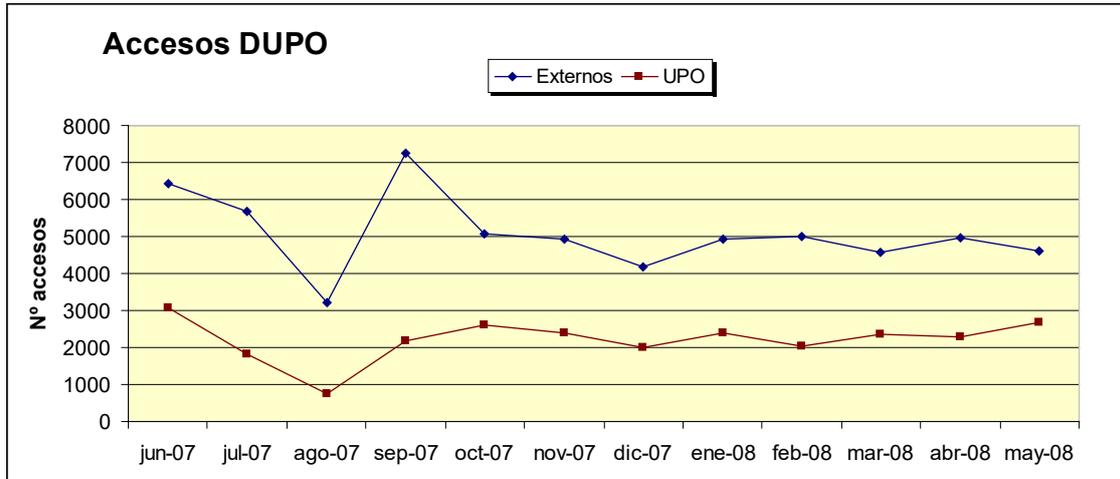
Las funciones del servicio web que gestiona la Unidad Técnica de Comunicación, durante el curso 2007-2008, han consistido en:

- 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 12 (mayo de 2007) al número 14 (julio de 2007).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide).
- Actualización de las páginas web de la Fundación Universidad Sociedad que no se realizan bajo gestor de contenidos hasta abril de 2008.
- Actualización de los portales educativos que ofrecen información sobre la Universidad.
- Diseño del portal del Sistema Integral de Garantía Interna de Calidad.
- Diseño del portal del Rectorado de la Universidad Pablo de Olavide.
- Diseño del portal de la Defensoría Universitaria.
- Diseño del portal de Apoyo a la Docencia Virtual.
- Creación del sitio web de la Residencia Universitaria Flora Tristán.
- Creación del sitio web del Aula-Oficina de Voluntariado.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2007-2008.

De junio de 2007 a junio de 2008, han sido 1.598 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, 1.085 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 2007 a mayo de 2008 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 2007 a junio de 2008, han sido 1.471 las peticiones realizadas a esta Unidad por parte de miembros de la Universidad para gestionar la información a difundir en los medios.

Asimismo, respecto a las peticiones de los medios de comunicación, de junio de 2007 hasta junio de 2008, han sido 220 las realizadas.

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 900 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, aproximadamente, 200 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO.
- Elaboración de un dossier de prensa sobre Universidad.
- Recopilación de información y elaboración de informes sobre la Universidad Pablo de Olavide para las Guías de Estudios 2009 de la CRUE; DICES; EUSA; Gaceta Universitaria; El Mundo, Eroski; Aula Magna y la Guía "Y Ahora Qué" de la Educación Superior.

Gestión de la Imagen Corporativa

De junio de 2007 a junio de 2008, han sido 105 las solicitudes realizadas a la Unidad por parte de miembros de la Universidad. Se han realizado reportajes gráficos de 111 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 2007-2008, esta gestión se ha incrementado con lo siguiente:

- Gestión del patrocinio de los grupos de comunicación RTVA; ABC; Sevilla Punto Radio; Sevilla TV; El Correo de Andalucía; Cadena SER; Localia TV; Diario de Sevilla; Gaceta Universitaria; Radio Marca; 20 Minutos; Metro y ADN en la II Feria de Empleo “Sevilla Mercado Joven” de la Universidad Pablo de Olavide.
- Elaboración de un reportaje fotográfico de la Universidad Pablo de Olavide con fines promocionales.
- Gestión de la publicidad institucional insertada en los medios.
- Elaboración de informes para suplementos publicitarios especiales sobre educación superior.