



RELACIONES INSTITUCIONALES

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 2013-2014 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 UPO 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, Tuenti, Google + y LinkedIn.



- 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 cinco 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 2013-2014, han consistido en:

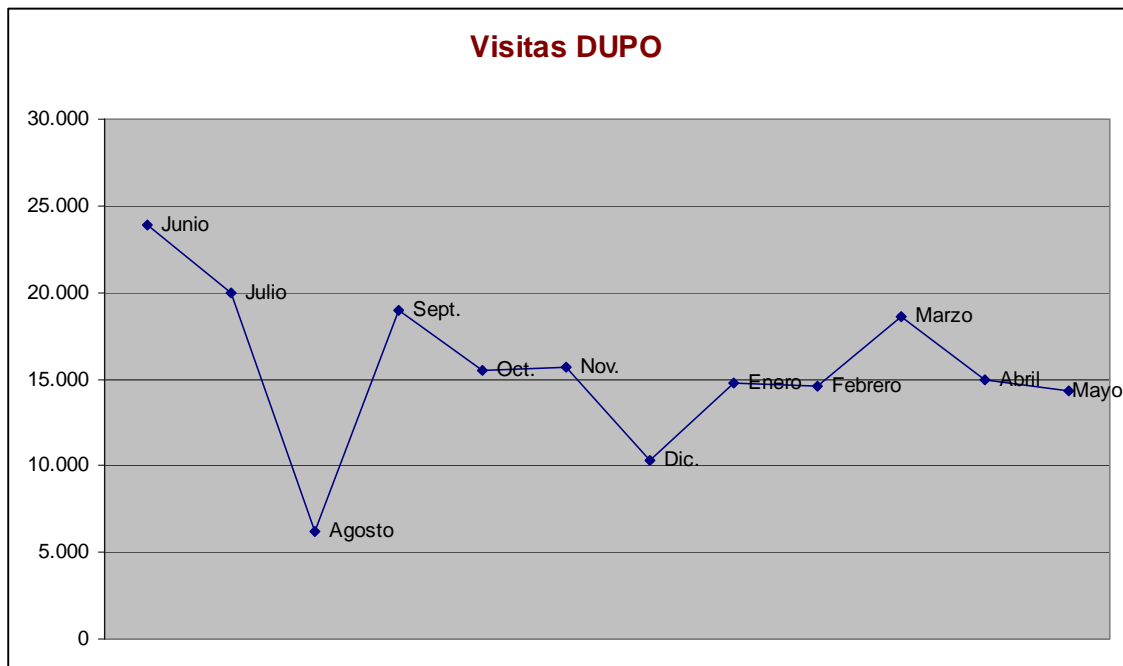
- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide (www.upo.es).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide), el sitio web de noticias de la Universidad.
- Actualización de las noticias de la Universidad en el multiportal de centros.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2013-2014.
- 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.
- Elaboración semanal del Boletín o Newsletter, 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 2013 al 30 de junio de 2014, se han gestionado 251 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/as 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 30 de junio de 2013 al 30 de junio de 2014, han sido atendidas una media de 28 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 2013 a mayo de 2014 los accesos contabilizados a este sitio web de noticias han sido 187.684 con un total de 93.773 usuarios/as. Estas cifras suponen un aumento del 28.9% en número de visitantes. La duración media de la visita se mantiene alrededor del minuto y medio: 1m 21sg.



23.919	19.933	6.199	18.933	15.472	15.700	10.287	14.751	14.577	18.634	14.969	14.310
Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2013							2014				



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 2013-2014, 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 2013-2014, 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 2013 a junio de 2014, han sido 491 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 2013 hasta junio de 2014 han sido un total de 233 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 1.146 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 415 notas de prensa de comunicación interna difundidas a través del DUPO.
- Alimentación de las pantallas de la cartelería digital con las noticias de la UPO puestas en marcha en mayo de 2014.
- Elaboración de 9 entrevistas a miembros de la comunidad universitaria, en el DUPO.
- Elaboración del Tablón de Actualidad en el DUPO.
- Elaboración de Agenda de Actividades 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 y suplementos especiales: Suplemento Especial Grados y Notas de Corte de Aula Magna; Ranking de Universidades de El Mundo; Especial 50 Carreras de El Mundo; Especial Ranking 250 Máster de El Mundo; Guía de Acceso a la Universidad "Y Ahora Qué 2014-2015"; Especial "Todos los grados universitarios, curso 2014-2015" para la revista universitaria "Y Ahora Qué"; Suplemento Especial Universidades y Escuelas de Postgrado de La Razón curso 2014-2014; Blog digital avanzaentucarrera.com, y Blog digital educaweb.com.

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 2013-2014 con:



- Supervisión de la imagen corporativa.
- Elaboración del diseño de las nuevas pantallas de la cartelería digital de la UPO puestas en marcha en mayo de 2014.
- Realización y supervisión de material y soportes institucionales como: folletos informativos de grados y dobles grados (incluida la realización de la foto de portada) para la Dirección General de Acceso, Difusión y Captación; nuevo flyer de captación con información genérica de la oferta académica para la Dirección General de Acceso, Difusión y Captación; carteles de jornadas para distintos usuarios: incluye desde visto bueno hasta retoques del diseño; elaboración de banners para el portal web de la UPO así como para los medios de comunicación; actualización y creación de plantillas para presentaciones en Powerpoint; felicitación de navidad; creación y diseño del logotipo de UPOtv para el canal de televisión de la Universidad; 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 2013 al 30 de junio de 2014, han sido 82 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 ha gestionado la elaboración de los folletos de los 31 grados y dobles grados así como el flyer con información general (incluyendo gestión con proveedores, revisiones y elaboración de fotografías para portada). Asimismo, se han realizado un total de 215 reportajes gráficos para el Diario de la Universidad (DUPO) y los medios de comunicación, 9 videonoticias para su difusión a los medios de comunicación, en el canal de Youtube y en DUPO, y 14 cápsulas audiovisuales informativas para las pantallas de la cartelería digital de la UPO.



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 2013-2014, esta gestión se ha mantenido con:

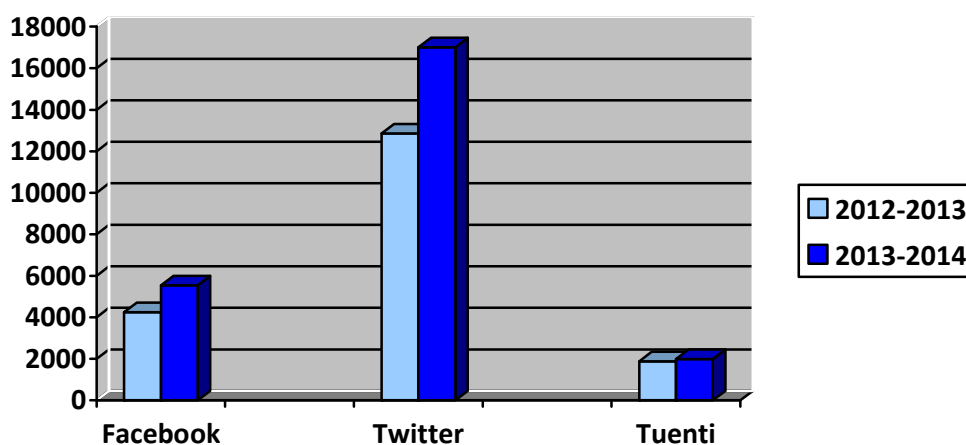
- Negociación con medios de comunicación tanto impresos como digitales para inserciones publicitarias (formatos: páginas, media página y banners).
- Maquetación de la publicidad insertada en los medios (17 inserciones de publicidad para diferentes medios de comunicación impresos y digitales).
- Elaboración 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 21 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, Tuenti así como la gestión de los contenidos de la Universidad Pablo de Olavide en sus canales institucionales de YouTube y Flickr. Desde marzo de 2014 la Unidad Técnica de Comunicación está potenciado la difusión de la Universidad en otras redes sociales como Google +, cuyo acceso directo se ha insertado recientemente en el portal web de la Universidad, y LinkedIn, con la creación de una página dentro de Educación y su acceso directo desde el portal web de la UPO.

- Gestión y actualización de contenidos en las Redes Sociales en las cuales está presente la UPO: Facebook (un total 5.547 seguidores, lo que suponen 1.294 nuevos seguidores este curso y un crecimiento del 130,42 % con respecto al mismo periodo anterior), Twitter (con 17.009 seguidores, con un incremento este año total de 4.150 nuevos seguidores, lo que representa un crecimiento del 132,27 % 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 60, el

cuarto más alto de las universidades públicas andaluzas, y Tuenti (1.984 usuarios de la página institucional, con un crecimiento del 105,02 %). Por otro lado, los datos actuales de Google+ y LinkedIn son: En Google+ está presente en 104 círculos y con un número de visitas de 9.635, y en LinkedIn, la página de educación es seguida por 14.242 personas.



- Gestión de los contenidos de la UPO en el canal institucional de YouTube, donde este curso se han registrado 45.182 reproducciones (un 42% más que durante el mismo periodo anterior) de sus 197 videos institucionales, informativos, culturales, de reportaje y conferencias.
- Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de Flickr, con 2.249 nuevas imágenes subidas hasta un total de 5.714 y un máximo de 53.894 vistas en octubre de 2013.

