

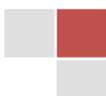
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide, dependiente del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales 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 sido a lo largo del curso 2016-2017 las siguientes:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Renovación de la información sobre los grados en el portal web institucional.
- Edición del diario digital universitario, DUPO: www.upo.es/diario.
- Buzón general de la Universidad: administración de la cuenta de correo electrónico genérica de la Universidad con el consiguiente reenvío a quien corresponda de las solicitudes y consultas realizadas a través de la misma.
- Apoyo en la gestión de otros portales web 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, Google + , LinkedIn e Instagram.
- Gestión de los contenidos audiovisuales de la Universidad Pablo de Olavide en sus canales institucionales de YouTube y Flickr.

Estos cometidos vienen a facilitar el conocimiento de las actividades de la Universidad al resto de la sociedad, y pueden estructurarse las siguientes 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 2016-2017, han consistido en:

- Renovación del apartado destinado a informar sobre los Grados Universitarios en el portal web institucional www.upo.es/grados, con un nuevo diseño y estructura de la información que amplía y facilita la consulta de los datos más demandados por los/as estudiantes preuniversitarios.
- 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 2015-2016.
- 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.
- Actualización del portal de transparencia de la Universidad: www.upo.es/transparencia.
- Actualización del portal dedicado al Plan Estratégico 2017-2020.
- Actualización de las noticias en el portal dedicado a los procesos electorales del curso 2016-2017.

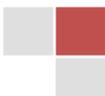
Los/as usuarios/as externos/as a la Universidad dirigen sus consultas y sugerencias a esta institución a través de una dirección de correo electrónico genérica: upo@upo.es o del formulario general de contacto de la web. Durante el curso 2016-2017 han sido atendidas un total de 746 consultas por la Unidad Técnica de Comunicación.

Diario de la Universidad Pablo de Olavide - DUPO

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 diario digital **DUPO**. En el curso 2016-2017 los accesos contabilizados a este sitio web de noticias han sido 207.401 con un total de 149.940 usuarios/as. Los principales datos pueden observarse en el siguiente gráfico:



De las 207.401 visitas, el 82,86% proceden de España (171.849), el 74,52% de Andalucía, y el 55,96% son de Sevilla y provincia. Las visitas internacionales provienen de iberoamérica principalmente, con México (2,80%) y Colombia (1,90%) como primeros países de procedencia de las sesiones. En cuanto al tráfico procedente de la comunidad universitaria en el campus, el 10,81% proceden de la Universidad Pablo de Olavide, con un total de 22.471 visitas.



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 2016-2017, se encuentran 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 datos e 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, 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, donde a lo largo del curso 2016-2017 han sido publicadas **761** noticias sobre la actividad docente, investigadora e institucional de la Universidad.

De junio de 2016 a junio de 2017 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. A lo largo de este periodo, se ha mencionado a la Universidad Pablo de Olavide 2.025 veces en prensa escrita y 8.472 veces en publicaciones digitales. De este modo, siempre según datos proporcionados por Kantar Media –servicio independiente de seguimiento y medición de audiencias–, estas informaciones referentes a la Universidad Pablo de Olavide han tenido una audiencia media mensual de 9.082.925 usuarios/as.

Respecto a las peticiones de los medios de comunicación para elaborar informaciones relativas a la Universidad, o en la que solicitan la participación de miembros de la misma, durante el curso 2016-2017 han sido un total de 80 las demandas de medios de comunicación gestionadas.

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

- Actualización de las pantallas de la cartelería digital con las noticias de la UPO.
- Elaboración del Tablón de Actualidad en el DUPO.
- Actualización de la Agenda institucional de la Universidad en www.upo.es.
- 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: Guía de Acceso a la Universidad "Y Ahora Qué 2016-2017"; Actualización Apartado Web y Especial de Grado del blog digital avanzaentucarrera.com; Especial Formación Directivos de El Economista; Especial "Todos los Grados Universitarios" de la Guía Universitaria Y Ahora Qué; Ranking de Universidades 50 carreras del diario El Mundo; Guía de Estudios Superiores de 20 Minutos; Especial Andalucía I+D+I de ABC; Especial postgrados de la Revista "Justicia Social".

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 realizadas a lo largo de este curso 2016-2017 han sido las siguientes:

- Supervisión de la imagen corporativa.
- Remisión de archivos del Manual de Imagen Corporativa según peticiones o necesidades.
- Realización y supervisión de material y soportes institucionales donde queda plasmada la imagen corporativa como: banners; imágenes para sitios web; aplicaciones de material de papelería para diferentes centros (tarjetas de visitas, plantillas, directorios y señalización); folletos; trípticos; y enaras.

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 2016-2017, esta gestión se ha mantenido con:

- Negociación con medios de comunicación tanto impresos, digitales, radiofónicos como audiovisuales para inserciones publicitarias y contenidos promocionales (formatos: páginas, medias páginas, faldones y banners, microespacios informativos y páginas redaccionales).
- Maquetación de la publicidad insertada en los medios: publicidad institucional y publicidad de captación.
- Elaboración de páginas redaccionales (publiredaccionales) para los medios escritos y radiofónicos, suplementos generales (como el Suplemento Saber del Grupo Joly) y suplementos publicitarios especiales sobre educación superior. En total se han preparado un total de 30 notas de prensa.
- Elaboración de contenidos y gestión de entrevistas para los micro espacios promocionales en medios audiovisuales.
- Campaña de captación en las redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram.

Gestión de los perfiles institucionales en las redes sociales

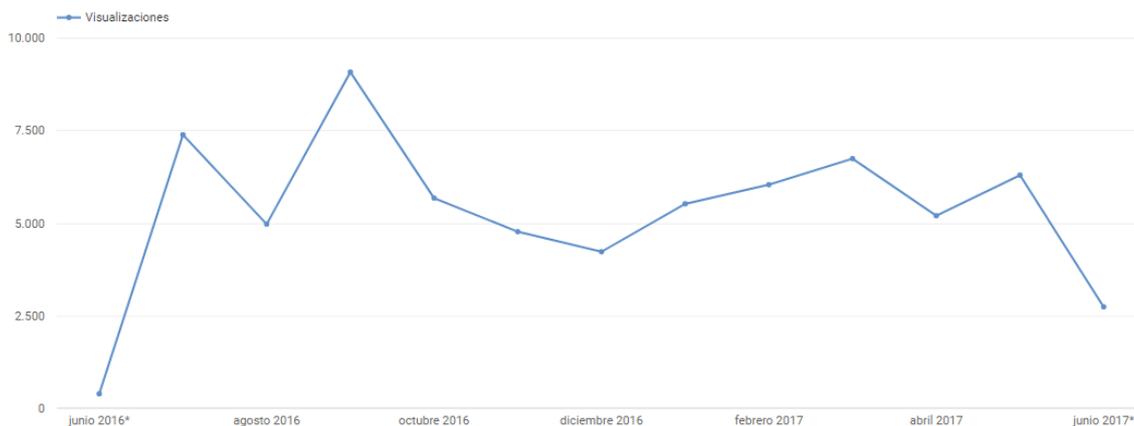
La Unidad Técnica de Comunicación ha continuado promoviendo este curso la presencia de la Universidad Pablo de Olavide en las redes sociales, mediante la gestión y actualización de contenidos y la interacción con los usuarios y usuarias en Facebook, Twitter, LinkedIn, Google + e Instagram, así como la 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 UPO: **Facebook** (un total 12.418 seguidores, lo que suponen 2.027 nuevos seguidores este curso). Según la herramienta LikeAlyzer, que permite medir y analizar el potencial y la eficacia de la página de Facebook con respecto a las de su sector, tenemos una puntuación de 79,



situándonos como la segunda universidad pública andaluza con mayor potencial y eficacia. También es destacable nuestra presencia en [Twitter](#) (con 26.346 seguidores, con un incremento este año de 2.702 nuevos seguidores) y teniendo un nivel de influencia en la comunidad virtual (obtenido por el servicio independiente Klout.com) de 67, manteniendo el índice del año anterior. Por otro lado, la página de la Universidad en [LinkedIn](#) es seguida por 28.657 personas (5.915 más con respecto al curso anterior, lo que supone un crecimiento del 26%). Por último, en la red social [Instagram](#) tenemos un total de 1.701 seguidores, lo que supone un crecimiento de casi el doble respecto al curso anterior.

- Gestión de los contenidos de la UPO en el canal institucional de [YouTube](#), donde este curso se han registrado 69.069 reproducciones con 227.500 minutos de visualización de vídeos institucionales, informativos, culturales, reportajes y conferencias.



- Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de [Flickr](#), con 1.470 nuevas fotografías subidas hasta un total de 11.021 publicadas.