

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación de la Universidad Pablo de Olavide, dependiente del Rector, 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 2018/2019 las siguientes:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Edición del diario digital universitario, DUPO: www.upo.es/diario.
- Gestión de los elementos de la imagen corporativa de la Universidad.
- Gestión y coordinación de la publicidad generada por la Universidad.
- Producción de contenido audiovisual tanto promocional como de divulgación científica.
- Realización de nuevas imágenes digitales.
- Edición y distribución del dossier de prensa diario.
- Gestión y actualización de contenidos en las redes sociales en las cuales está presente la Universidad Pablo de Olavide: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram.
- Gestión de los contenidos audiovisuales de la Universidad Pablo de Olavide en sus canales institucionales de YouTube y Flickr.
- Apoyo en la gestión de otros portales web institucionales.
- 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.

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 2018/2019, 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 la Agenda institucional de la Universidad.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2018/2019.
- Nuevo diseño y estructura de contenidos para el sitio web de noticias de la Universidad, DUPO.
- Edición y envío de un Boletín semanal (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.

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 para la difusión al exterior de las actividades de la Universidad es el diario digital, conocido como [DUPO](#). En el curso 2018/2019 ha contado con **171 mil usuarios únicos** que han podido consultar **784 noticias** publicadas, generando más de **233 mil visitas**.

A través del DUPO tratamos de dar a conocer la labor llevada a cabo por profesorado, estudiantes y personal de administración contada por ellos mismos, con este fin han sido publicadas durante el curso en el Diario Digital 11 **entrevistas**. Al mismo tiempo, el Diario Digital trata de visualizar la actualidad del campus para lo cual cuenta con secciones gráficas en las que se publican fotografías, ilustraciones y vídeos que reflejan la actividad de cada día.

Con ciencia de mujer – Contenido especial con motivo del 11-F

El 11 de febrero se celebra el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, coincidiendo con esta fecha medios de comunicación y, especialmente, instituciones vinculadas con la ciencia se vuelcan en reivindicar el papel desempeñado por mujeres científicas tanto en la actualidad como en el pasado. Para contribuir a este esfuerzo de visibilización, la UTC publicó en febrero de 2019 *Con ciencia de mujer* (<https://www.upo.es/diario/temas/11-febrero/>), un contenido especial de divulgación en el Diario Digital, en colaboración con investigadores e investigadoras de la Universidad, con doce perfiles centrados en la labor realizada por científicas de diferentes épocas, ámbitos y nacionalidades.

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 2018/2019, 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; el archivo de documentación; y 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, con el fin de dar a conocer las actividades académicas, difundiendo resultados de investigación o actos institucionales que se llevan a cabo en el campus. Para ello, durante el curso fueron remitidas a los profesionales que trabajan en medios y agencias de comunicación **597 notas informativas**.

Como resultado de esta labor, la Universidad Pablo de Olavide ha aparecido en los medios de comunicación –prensa escrita, medios digitales, radio y TV– de manera continua. A lo largo de este periodo se ha mencionado a la Universidad Pablo de Olavide **2.218** veces en prensa escrita y en **17. 000** ocasiones en publicaciones digitales. De este modo, siempre según datos proporcionados por Seguimedia –servicio

independiente de seguimiento y medición de audiencias–, estas informaciones referentes a la Universidad Pablo de Olavide han tenido una audiencia media mensual de **2. 628. 820** 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 2018/2019 han sido un total de **87** las demandas de medios de comunicación gestionadas.

Con objeto de alcanzar la difusión internacional de las noticias de contenido científico más relevante, la UTC cuenta desde 2019 con la posibilidad de publicar en el **portal de ciencia AlphaGalileo** (www.alphagalileo.org), referencia en Europa para dar a conocer entre los medios de comunicación los resultados de investigación de todo el continente. Así, durante el curso 2018/19 han sido publicadas en la plataforma 19 noticias.

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

- Actualización de las pantallas de la cartelería digital con las noticias de la UPO.
- Gestión del Dossier de Prensa sobre Universidad y política educativa.
- 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 2019-2020”; Actualización Apartado Web y Especial de Grado del blog digital avanzaentucarrera.com; Especial “Todos los Grados Universitarios” de la Guía Universitaria Y Ahora Qué; Ranking de Universidades 50 carreras del diario El Mundo; Ranking 250 máster de El Mundo; Suplemento Especial Universidad y Empresa de El Mundo; Especial Emprendimiento de la Revista Andalucía Económica; Especial Formación en Andalucía de la Revista Andalucía Económica; Especial sobre la provincia de Sevilla de la Revista Andalucía Económica; y Ranking CYD.

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 2018/2019 han sido las siguientes:

- Supervisión de la imagen corporativa y notificación, vía email, en caso de mal uso.
- 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); felicitación de navidad, folletos, enaras y photocal.
- Difusión de un nuevo capítulo para el Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Pablo de Olavide. Este nuevo capítulo recoge el uso de la marca con subemisores, sus versiones y los usos incorrectos más habituales de la imagen.
- Gestión y supervisión de la grabación de un vídeo institucional de la Universidad Pablo de Olavide.
- Recopilación y adaptación de fotos institucionales según peticiones.

Marketing y 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 2018/2019 se han realizado un total de **31 acciones publicitarias con 26 medios**. La gestión de publicidad realizada ha sido:

- Negociación con medios de comunicación tanto impresos como digitales, radiofónicos y audiovisuales para inserciones publicitarias y contenidos promocionales (formato en papel: páginas y medias páginas; formato digital: robapáginas, megabanners, brand day y brand week; y otros formatos: cuñas de radio, microespacios informativos y páginas redaccionales).
- Negociación con proveedores para campaña de publicidad exterior y adaptación de creativities a los soportes.
- Elaboración y desarrollo de un dossier informativo sobre la oferta de grados y dobles grados en formato pdf y digital (www.upo.es/guia-estudios).
- Elaboración y/o adaptación de páginas redaccionales (publireddaccionales) para medios de comunicación impresos, digitales y radiofónicos. En total se han difundido 29 notas de prensa.
- Gestión de entrevistas para los microespacios promocionales en medios audiovisuales.
- Campaña de captación en las redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram.
- Supervisión y control de la campaña de captación de estudiantes de grado en redes sociales y Google Adds.

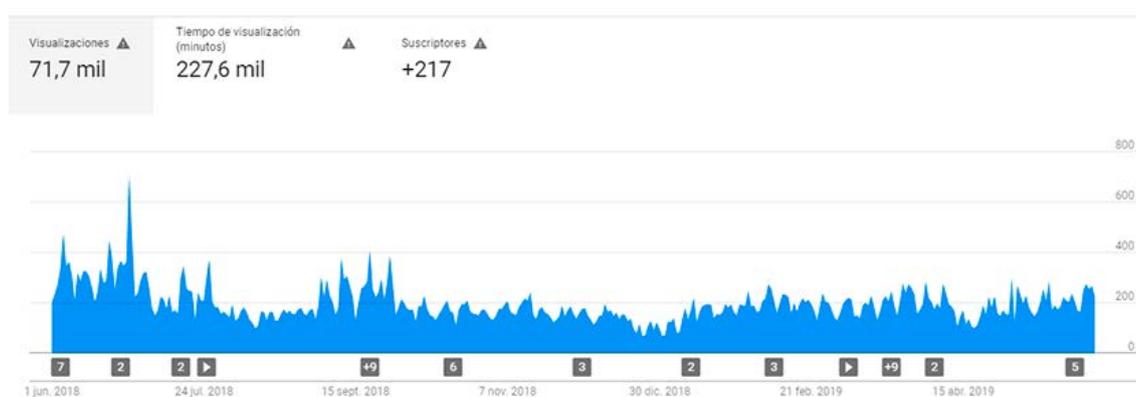
Gestión de los perfiles institucionales en las redes sociales

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 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 de 16.191 seguidores, lo que supone 1.782 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 80, situándonos como la primera universidad pública andaluza con mayor potencial y eficacia (en el momento en que se realizó el análisis). También es destacable nuestra presencia en **Twitter** (con 29.434 seguidores, con un incremento este año de 1.096 nuevos seguidores).

Por otro lado, la página de la Universidad en [LinkedIn](#) es seguida por 38.792 personas (5.491 más con respecto al curso anterior, lo que supone un crecimiento del 14%). Por último, en la red social [Instagram](#) tenemos un total de 4.298 seguidores, lo que supone un crecimiento del 44%.

- Gestión de los contenidos de la UPO en el canal institucional de [YouTube](#), donde este curso se han registrado 71.662 reproducciones con 227 mil minutos de visualización de vídeos institucionales, informativos, culturales, reportajes y conferencias.



- Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de [Flickr](#), con 1.341 nuevas fotografías subidas hasta un total de 14.261 publicadas.

Contenido Audiovisual

Para lograr una difusión adecuada de la actividad universitaria son imprescindibles los contenidos audiovisuales. La Unidad Técnica de Comunicación ha centrado durante el curso 2018/2019 sus esfuerzos en renovar el [vídeo institucional de la Universidad –Generando Futuro](#), publicado en mayo de 2019, y que cuenta con versión en inglés– y en la producción, tanto propia como a través de contenido promocionado, de [piezas de carácter divulgativo sobre el trabajo desarrollado por el personal investigador](#) para tratar de avanzar en la solución de los principales problemas a los que se enfrenta la sociedad actual.

