



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Universidad de Sevilla

2024

Resumen de Revisiones_

Edición	Fecha	Motivo de la modificación
00	04/2024	Creación PCD



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

1. Objeto

El objeto del siguiente procedimiento es establecer el modo en el que la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla garantiza la publicación periódica y actualizada de la información relativa al cumplimiento de las tareas encomendadas y de los procesos relacionados con las titulaciones que imparte para el conocimiento de sus grupos de interés. Para ello, se tienen presentes los objetivos de calidad incluidos en el Manual de Garantía de Calidad de la Facultad de Comunicación, dentro del marco de Garantía de Calidad exigido por el EEES, y el procedimiento para la gestión de la información pública (PC-11).

2. Alcance

El presente documento se aplica a la información relativa a todas las titulaciones ofertadas por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, así como a las actividades relativas a los órganos de investigación, gestión y administración del centro.

3. Normativa referenciada

Aparte de la normativa nacional y autonómica que pudiese resultar de aplicación:

- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPD).
- Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.
- Estatuto de la Universidad de Sevilla y reglamentos que lo desarrollan.
- Resolución Rectoral de 25 de febrero de 2016 la US que regula la competencia y procedimiento para la tramitación de las solicitudes de acceso a la Información pública y la actualización de su Portal de Transparencia
- Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos Oficiales de la Universidad de Sevilla.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

4. Desarrollo

4.1. Grupos de interés (*stakeholders*)

- De la Universidad de Sevilla:
 - Órganos de Gobierno (vicerrectorados, delegaciones, direcciones generales...).
 - Otros órganos de apoyo (Oficina de Gestión de la Calidad, Gerencia, Biblioteca...).
- De la Facultad de Comunicación:
 - Alumnado propio (grado, máster, doctorado, títulos propios) y procedente de convenios (Erasmus, SICUE, entre otros).
 - Personal Docente e Investigador (propio y visitante).
 - Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (biblioteca, medios audiovisuales, informática, secretaría, gestión departamental, conserjería...).
- De la sociedad con vinculación con el Centro:
 - Egresadas/os de la Facultad de Comunicación.
 - Empresas, instituciones y organizaciones empleadoras y que ofertan prácticas.
 - Alumnado preuniversitario o universitario con interés en las titulaciones impartidas en el centro.
 - Otros centros educativos universitarios o preuniversitarios.
- De la sociedad en general:
 - Empresas, instituciones y organizaciones públicas y privadas, asociaciones, ONG y colegios profesionales.
 - Otros públicos y colectivos.

4.2. Tipos de información objeto de comunicación digital

- Normativas y regulaciones.
- Política y objetivos de calidad.
- Planes de actuación.
- Manuales de procedimientos.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

- Imagen corporativa del centro.
- Procesos de gestión.
- Actas.
- Formularios.
- Indicadores de calidad.
- Sugerencias, reclamaciones y quejas.
- Información y datos sobre las instalaciones.
- Información recibida desde otras unidades a las que se le deba dar difusión.
- Contenido y datos relacionados con las titulaciones.
- Información relacionada con las actividades desarrolladas por los grupos de interés que se realicen en el centro o fuera del mismo.
- Convocatorias y otras noticias propias del centro.

4.3. Medios de comunicación a utilizar

- Sitio web de la Universidad de Sevilla.
- Sitio web de la Facultad de Comunicación.
- Sitios web de los títulos, departamentos, grupos de investigación, proyectos de investigación o PDI.
- Plataforma de Enseñanza virtual
- Tvus. Plataforma de vídeo institucional de la Universidad de Sevilla.
- Canal de YouTube del Centro.
- Correo electrónico institucional (personales y listas de distribución).
- Pantallas informativas del Centro.
- Ediciones impresas o digitales.
- Redes sociales: Instagram, X (antes Twitter), LinkedIn, Facebook, YouTube y TikTok.

4.4. Ámbito de actuación



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

4.4.1. Comunicación interna

El plan de comunicación interna busca facilitar el flujo de información y comunicación entre los miembros y organismos propios del Centro con relación a los objetivos y a las políticas de calidad tanto de la Universidad de Sevilla como de la Facultad de Comunicación y las titulaciones que en esta se imparten. Igualmente, el plan de comunicación interna contempla procedimientos para canalizar hacia la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGCT) las sugerencias o propuestas de mejora que puedan hacerse desde los diferentes grupos de interés.

4.4.2. Comunicación externa

El plan de comunicación externa busca garantizar el flujo de información y comunicación entre los diversos grupos de interés, prestando especial atención a: 1) estudiantes, PDI y PTGAS de la Universidad de Sevilla, 2) centros, departamentos y órganos de la Universidad de Sevilla, y 3) miembros de la sociedad en general, empresas y organizaciones públicas y privadas, asociaciones y colegios profesionales, estudiantado preuniversitario...).

Con el objetivo de que la comunicación llegue a todos los agentes implicados, se hace un esfuerzo de mejora continua del sitio web del Centro, el cual ha sido rediseñado para ajustarse mejor a las necesidades comunicativas del público, así como en el uso de las redes sociales, realizando una revisión constante para estar presente en todos aquellos sitios y entornos en los que la ciudadanía y, en concreto los *stakeholders*, se mueven.

4.5. Contenido estratégico de la comunicación digital

En muchos sentidos la información pública de la Facultad de Comunicación depende la Universidad de Sevilla, que es la responsable de recopilar y difundir de forma centralizada y con un formato común la información que comparten todos los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla. Esta información se divide en cuestiones generales y específicas.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

- Cuestiones de carácter general: a) normativa y el calendario de matrícula, y b) políticas generales de acceso y orientación del estudiantado.
- Cuestiones específicas de cada título: a) información del título (memoria de verificación, autoinforme de seguimiento del título, informe de seguimiento de ACCUA autoinforme de renovación de la acreditación del título, procedimiento para la expedición del suplemento europeo al título), b) datos de identificación y del Sistema de Garantía de Calidad, c) acceso; d) competencias, e) planificación de la enseñanza, f) información sobre el procedimiento que garantiza la continuidad de los estudios en caso de extinción del título, e) fecha de actualización de la información.

No obstante, más allá de esta información pública relativa a los títulos oficiales impartidos en el Centro, se desarrollan otros contenidos que se estructuran en el sitio web (<https://fcom.us.es/>) a partir de dos menús diferentes, uno más desarrollado en cuestiones estructurales, y de gestión e investigación del Centro, y otro centrado en el día a día de la Facultad de Comunicación y el desarrollo de las titulaciones.

El primero de los menús se divide en cinco apartados: Decanato, Investigación, Conversaciones, Gestión y Calidad.

1. Decanato. Incluye quiénes son los miembros del equipo decanal (Decano, Secretario y los seis vicedecanatos) y cuáles son las funciones que desempeñan.

<https://fcom.us.es/decanato>

2. Investigación. Repasa, en formato blog, todas las actividades de investigación que llevan a cabo los miembros de la Facultad de Comunicación.

<https://institucional.us.es/investigafcom/>

3. Conversaciones. Aglutina los resultados de las conversaciones y el resto de los procesos llevados a cabo para recopilar información de los diferentes grupos de interés de cara a la evaluación y modificación de los planes de estudio, en un intento continuo de mejora de calidad de los mismos.

<https://uses0.sharepoint.com/sites/ConversacionesparaelcambiodelosPlanesdeEstudiodelaFacultaddeComunicacin>



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

4. Gestión. Reúne la misión, visión y valores institucionales, así como los diferentes órganos de gobierno del Centro con la información actualizada de su desempeño.

<https://uses0.sharepoint.com/sites/DecanatoFcomyComunidad>

5. Calidad. Recoge toda la información relativa a la calidad del Centro y de los títulos.

https://fcom.us.es/sistema_de_calidad

El segundo de los menús se divide en otros siete apartados: Conócenos, Títulos, Prácticas, Movilidad, Secretaría, Noticias y Biblioteca. Cada uno de ellos contiene submenús cuya información se resume a continuación:

1. Conócenos: contiene toda la información básica que debe conocer cualquier miembro de la comunidad de la Facultad de Comunicación.

- Bienvenida: carta de bienvenida del Decano del Centro. <https://fcom.us.es/conoce-fcom/bienvenida>
- Estudiantes: usuario virtual y carné universitario, Delegación de estudiantes, Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT), calendario lectivo, listas de distribución y otras iniciativas como el CAVCREA. <https://fcom.us.es/conoce-fcom/estudiantes>
- Institucional: estructura del Centro. <https://fcom.us.es/conoce-fcom/institucional>
- Departamentos: distribución de los departamentos que imparten docencia en el centro con enlaces a sus páginas web. <https://fcom.us.es/conoce-fcom/departamentos>
- Servicios: con información relativa a la Biblioteca (<https://fcom.us.es/conoce-fcom/servicios/biblioteca-de-comunicacion>), la Unidad TIC (<https://fcom.us.es/conoce-fcom/servicios/unidad-TIC>) y Medios Audiovisuales (<https://fcom.us.es/conoce-fcom/servicios/medios-audiovisuales>).

2. Titulaciones: recoge información sobre los tres títulos de grado y el título de doble grado (<https://fcom.us.es/titulos/grados>) y los cinco títulos de máster (<https://fcom.us.es/titulos/masteres>) que se imparten en la Facultad de Comunicación, incluyendo el plan de estudios, el profesorado y su horario de tutoría, los programas y proyectos docentes, así como información relativa al trabajo fin de estudios y las prácticas, y la coordinación y el sistema de garantía de calidad del título. En este bloque



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

también se incorpora un apartado para el Doctorado Interuniversitario en Comunicación (y otros ofertados por la Universidad de Sevilla) (<https://fcom.us.es/titulos/doctorados>) y otro específico para el Trabajo Fin de Grado (TFG) con novedades y preguntas frecuentes (<https://fcom.us.es/titulos/grados/miTFG>) bajo la iniciativa #MiTFG .

3. Prácticas: incorpora novedades en relación con la oferta y asignación de las prácticas de los diferentes títulos (<https://fcom.us.es/practicas/novedades>) y otra con información, siguiendo el modelo de preguntas frecuentes bajo la iniciativa #YoPractico, distribuida en función del grupo destinatario de la misma: estudiantes, docentes y entidades (<https://fcom.us.es/practicas/yopractico>).

4. Movilidad: reúne, como en el caso de las prácticas, novedades sobre ofertas y asignación de los destinos de movilidad (<https://fcom.us.es/movilidad/novedades>), e información para estudiantes salientes y entrantes siguiendo la modalidad de preguntas frecuentes bajo la iniciativa #YoMeMuevo (<https://fcom.us.es/movilidad/yomemuevo>).

5. Secretaría: contiene toda la información relativa a los trámites que se pueden realizar en la Secretaría (<https://fcom.us.es/secretaria/nuestrasecretaria>), incluyendo información de contacto (<https://fcom.us.es/secretaria/info>) y novedades (<https://fcom.us.es/secretaria/novedades>).

6. Noticias: incorpora información de actualidad relativa al proceso de enseñanza-aprendizaje en la Facultad (<https://fcom.us.es/noticiasfcom/actualidad>), actividades y eventos desarrollados por la comunidad del Centro dentro y fuera de este (<https://fcom.us.es/noticiasfcom/actividades-y-eventos>), información sobre premios y becas (<https://fcom.us.es/noticiasfcom/premios-y-becas>) y reseñas sobre publicaciones de interés de los miembros de la Facultad de Comunicación y egresadas/os de la misma (<https://fcom.us.es/noticiasfcom/resenas>).

7. Biblioteca: incluye enlaces a la biblioteca (<https://bib.us.es/comunicacion>) y videoteca (<https://bib.us.es/comunicacion/videoteca>) de la Facultad de Comunicación, así como al catálogo FAMA (<https://fama.us.es>) y a la reserva de las salas de trabajo en grupo (https://biblus.us.es/bib2/estado_salas/BC).



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Por último, en la portada del sitio web se ha habilitado un botón con “Imprescindibles” con enlaces a información y aplicaciones especialmente relevantes en el día a día de la Facultad: reservas de espacios y equipos, calendario lectivo, horarios, exámenes de grado, secretaría virtual, #miTFG, #YoPractico y el sistema de cita previa *online* de la Universidad de Sevilla.

La Facultad de Comunicación busca mantener a sus grupos de interés informados en todo momento, ofreciendo contenido de calidad y actualizado. En este sentido, aparte del sitio web, que se revisa diariamente, se cuenta con las redes sociales, que son un espacio no solo de difusión, sino también de conversación con públicos internos y externos. Además, para el desarrollo de estas actividades se cuenta con la colaboración de la Delegación de estudiantes, en un intento por llegar al alumnado, uno de los segmentos de audiencia fundamentales para los intereses y objetivos de la Facultad de Comunicación, en particular, y de la Universidad, en general.

5. Seguimiento

Se lleva a cabo un seguimiento permanente en las reuniones del Equipo Decanal y en el monitoreo constante a los canales de información implementados a través del plan de comunicación. Para la medición y el análisis se tiene en cuenta, en todas las titulaciones del Centro, el dato desagregado de la encuesta de Satisfacción Global con el Título del SGCT realizada por PDI, Alumnado y PTGAS:

P9-9.1 Acceso a la Información del título disponible en la web.

P9-9.2 Satisfacción sobre la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información.

El seguimiento y medición de la idoneidad de la información transmitida y de la utilidad de los mecanismos de difusión empleados se lleva a cabo también a partir de los datos recogidos por distintas vías: retroalimentación en redes sociales, consultas a través de correo electrónico, buzón de quejas, sugerencias, felicitaciones e incidencias Expon@US, encuestas a los distintos de interés o cuantificación de usuarios por perfiles en la Web.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

6. Responsabilidades

Equipo Decanal: propone el contenido de la información a publicar, a quién va dirigida y el modo de hacerlo y difundir dicha información.

Junta de Facultad: debate y aprueba, en su caso, los planes de mejora fruto de los informes de seguimiento, a petición de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento del Centro.

Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento del Centro: debate y aprueba, en su caso, las acciones de mejora que sean propuestas por las Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos.

Comisión de Garantía de Calidad del Título: analiza la adecuación y pertinencia de la información publicada y emite un informe al respecto que contendrá, en su caso, las acciones de mejora, teniendo que remitir dicho informe al Decanato del Centro.

Vicedecanato de Comunicación y Relaciones Institucionales: es el órgano responsable de la información pública del centro. Define la estrategia de comunicación en la página web y en los perfiles sociales. Coordina la información que emana de secretaría, servicio de medios audiovisuales, servicio de informática y los otros vicedecanatos para ofrecerla de manera clara y ordenada.

Vicedecanato de Calidad, Investigación y Emprendimiento: comunica a las Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos la necesidad, en su caso, de revisar la información pública disponible del título.