



**PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL
DE LA FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA**

Edición 03 - 09/2022

Índice

1. Objeto

2. Alcance

3. Referencias / Normativa

4. Definiciones

5. Desarrollo

6. Seguimiento y medición

7. Responsabilidades

8. Rendición de cuentas

9. Flujograma

1. Objeto

El objeto del presente documento es indicar cómo la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla garantiza la publicación periódica de información relativa al cumplimiento de las tareas que tiene encomendadas, de los procesos relacionados con las titulaciones que imparte teniendo presentes los objetivos de calidad incluidos en el Manual de Garantía de Calidad de la Facultad de Geografía e Historia, dentro del marco de la Garantía de Calidad exigido por el EEES. Esta apuesta por las TICs garantiza la visibilidad y transparencia para todos los grupos de interés.

2. Alcance

El presente documento es de aplicación a la información relativa a todas las titulaciones ofertadas por la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla, a sus órganos de gobierno y a su gestión.

3. Referencia / Normativa

- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) del 25 de mayo de 2018.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos (LOPD).
- RD 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.
- Ley 25/2007, de 18 de octubre, de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicaciones.
- Estatuto de la US y reglamentos que lo desarrollan.
- Sistema de Garantía de los Títulos Oficiales de la Universidad de Sevilla.
- Procedimiento P09 - Mecanismos para la Difusión del Plan de Estudios, su desarrollo y resultado (Manual del Sistema de Garantía de Calidad del Centro).
- PC11 - Procedimiento de Información Pública.

4. Definiciones

El **Plan de Comunicación Digital** se refiere al conjunto de estrategias de comunicación que, a través de los medios y soportes informáticos adecuados, permiten cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos de interés que componen una organización.

5. Desarrollo

5.1. Grupos de interés

Identificamos los siguientes interlocutores:

- De la Universidad de Sevilla:
 - Órganos de Gobierno (vicerrectorados, direcciones generale, etc.)
 - Otros (OGC, Biblioteca Universitaria, etc.)
- De la Facultad de Geografía e Historia:
 - PDI (Profesores, Becarios de investigación, Profesores visitantes, etc.)
 - PAS (Personal de Administración, Personal de Biblioteca)
 - Alumnos (Grado, Máster, Doctorado, Títulos propios, Erasmus, Alumnos extranjeros, Séneca SICUE, Convenios internacionales, etc.)
- De la sociedad con vinculación con el Centro:
 - Egresados USE
 - Empleadores
 - Alumnos preuniversitarios
 - Otros centros educativos (Universidades, Institutos, etc.)
 - Usuarios en virtud de convenios
- De la sociedad en general:
 - Empresas
 - Instituciones públicas
 - Otros Usuarios

5.2. Tipos de información objeto de comunicación digital

- Normativas

- Política y Objetivos de Calidad
- Manuales de Procedimientos
- Procesos
- Actas
- Formularios
- Información presupuestaria
- Indicadores
- Sugerencias/reclamaciones/quejas
- Información sobre instalaciones
- Información recibida desde otras Unidades
- Todo tipo de información relacionada con titulaciones
- Información relacionada con las actividades desarrolladas en la Facultad

5.3. Medios de comunicación a utilizar

- Web de la Universidad de Sevilla
- Web de la Facultad de Geografía e Historia
- Web de los títulos de grados y másteres
- Web de los departamentos que imparten docencia en la Facultad de Geografía e Historia
- Web/blogs personales del PDI, institucionales, de proyectos, grupos, etc.
- Enseñanza virtual (Blackboard Learn)
- TvUS - Televisión Online de la Universidad de Sevilla
- Correo electrónico (buzonweb, correos personales)
- Chats/Foros
- Pantallas informativas
- Redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter)
- RadiUS

5.4. Comunicación interna/externa

Este Plan recoge un doble ámbito de acción:

1) Comunicación Interna en el marco de la Calidad: el Plan de Comunicación Digital de la Facultad de Geografía e Historia define estrategias para que el flujo de comunicación —referida tanto a los objetivos y políticas de calidad globales de la Universidad de Sevilla, como a los propios del centro y de las titulaciones que en él se

imparten— llegue a todos sus miembros; e igualmente, arbitra procedimientos para canalizar hacia su Comisión de Garantía de Calidad las sugerencias o propuestas de mejora que puedan hacerse desde los diferentes grupos de interés (estudiantes, PDI y PAS).

2) Comunicación Externa en el ámbito de la Calidad: el Plan adopta igualmente estrategias para garantizar que el flujo de comunicación —tanto acerca de sus objetivos y política de calidad, como de sus titulaciones— llegue a los diversos grupos de interés, especialmente:

- a) Estudiantes, PDI, PAS de la Universidad de Sevilla.
- b) Centros, Departamentos y Órganos de la Universidad de Sevilla.
- c) Miembros de la sociedad civil (especialmente la comunidad educativa de ESO, Bachillerato y Formación Profesional, las organizaciones ciudadanas, administraciones públicas, colegios y asociaciones profesionales y los empleadores).

Con el objetivo de favorecer la adaptación de la información a las necesidades y expectativas de cada grupo de interés, se está trabajando en la modificación del diseño de la Web del Centro. El objetivo es una distribución adecuada del flujo de visitas hacia aquellos aspectos que resulten propios del perfil de cada usuario. Actualmente se está elaborando el diseño, y se proyecta tener en funcionamiento la Web antes de que acabe el curso.

5.5. Contenidos estratégicos de la comunicación digital

Por un lado, contamos con los contenidos ofrecidos por los servicios centrales de la Universidad de Sevilla a través de los Vicerrectorados de Ordenación Académica y de Estudiantes, que son recopilados y difundidos a través de su página Web, de forma centralizada y con un formato común para todos los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla (esta información se detalla en el PC11 - Procedimiento de Información Pública). Por otro lado, disponemos de los contenidos ofrecidos por el Centro, y que deben asegurar la publicación de información para:

- Dar a conocer al alumnado los planes de acogida y orientación específicos de cada título o del Centro en el que se imparte.

- Informar sobre la oferta de prácticas externas, así como de las metodologías de enseñanza/aprendizaje y de los criterios de evaluación que se utilizarán en las mismas.
- Informar sobre los Trabajos Fin de Grado y Máster (líneas de Investigación, adjudicaciones y seguimiento de los procedimientos: cronogramas, comisiones y defensas) —FINITUS—.
- Difundir los datos referentes a la organización docente del curso académico de forma actualizada: asignación de grupos, aulas y profesorado; y calendarios y horarios de clases, exámenes y tutorías.
- Hacer públicos los resultados de las enseñanzas, en lo que se refiere al aprendizaje, la inserción laboral y la satisfacción de los distintos grupos de interés.
- Facilitar las posibilidades de movilidad —nacional y/o internacional— y las ayudas disponibles.
- Informar sobre los mecanismos para realizar quejas y sugerencias, y dar cuenta de las incidencias producidas.
- Indicar los criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos.
- Comunicar las normas de permanencia.
- Publicar la accesibilidad para estudiantes con discapacidad.
- Indicar los órganos de gobierno del Centro y el sistema de participación de los diferentes colectivos en el mismo.
- Publicar una Memoria Anual actualizada con los resultados de los diferentes procedimientos del Sistema Garantía de Calidad del Título y el análisis que de los mismos realiza la Comisión de Garantía de Calidad del Título, así como las propuestas de mejora aprobadas en Junta de Centro.
- Informar, en su caso, sobre el procedimiento que garantiza la continuidad de los estudios en caso de extinción del título.
- Notificar la fecha de actualización de la información.

El Equipo Decanal del Centro, al menos con periodicidad anual, o de forma puntual según las circunstancias del momento, analiza los datos pertinentes para revisar y actualizar su Plan de Comunicación Digital y determinar qué información publicar, a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública.

6. Seguimiento y medición

Se llevará a cabo un seguimiento permanente de la comunicación digital ofrecida por el Centro en las reuniones del Equipo Decanal. Para la medición y el análisis propio de la Universidad se tendrá en cuenta, en todas las titulaciones del Centro, el siguiente indicador contemplado en el SGCT (V.5): 9.1 Acceso a la Información del título disponible en la web y 9.2 Satisfacción sobre la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información, así como los datos recogidos a través de los medios que se detallan en el punto 8 de este Plan referido a la Rendición de cuentas.

7. Responsabilidades

Equipo Decanal (ED): proponer el contenido de la comunicación digital a publicar, hacia quién va dirigida y el modo de difundir dicha información.

Comisión de Garantía de Calidad del Centro (GGCC): analizar la adecuación y pertinencia de la comunicación digital publicada y emitir un informe anual al respecto, que contenga, en su caso, acciones de mejora, remitiendo dicho informe al Decanato del Centro.

Vicedecanato de Investigación, Transferencia y Comunicación: responsable de gestionar las actuaciones relacionadas con el Plan de Comunicación Digital.

8. Rendición de cuentas

La rendición de cuentas se lleva a cabo mediante la comunicación, a través de los medios digitales, del contenido detallado en los puntos 5.2. y 5.5. El Equipo Decanal vigila que el contenido propuesto cumpla con las características para las que fue creado, y revisa periódicamente la información pública para mantenerla actualizada.

El diálogo con los distintos grupos de interés permite detectar los aspectos que están dando buen resultado y aquellos en los que es preciso plantear acciones de mejora. Este diálogo se desarrolla a partir de distintos mecanismos. Un medio esencial de intercambio de valoraciones son las reuniones informales que se producen en el desarrollo cotidiano de la actividad del Centro y que afectan especialmente a estudiantes, PDI y PAS.

Resultan esenciales igualmente los mecanismos de comunicación mencionados en el punto 5.3, concretamente aquellos que permiten un feedback y seguimiento. En este sentido, deben destacarse, por un lado, las encuestas que se realizan a través de la Web,

que permiten analizar el grado de satisfacción con los contenidos y distribución de las informaciones de la Web de la Facultad. Asimismo, el Buzón electrónico de Quejas, Sugerencias, Felicitaciones e Incidencias de la Universidad de Sevilla, Expon@us, enlazado a través de nuestra Web, es otro medio de recopilación de informaciones sobre la satisfacción con respecto a la actividad académica y servicios de la Universidad, y en este caso, concretamente sobre nuestro Centro.

Por otro lado, se utiliza la información que permiten las Redes Sociales de la Facultad, en cada una de las cuales se encuentra especialmente representado un grupo de interés (en Facebook el PDI veterano, en Twitter el PDI más novel, y en Instagram los estudiantes). Así, las interacciones operadas sobre cada publicación en cada uno de estos medios permiten estimar el interés que produce cada tipo de información. El crecimiento o no del número de seguidores en cada medio es igualmente indicativo de ese interés y, en último término, del correcto funcionamiento de estos canales comunicativos. Ofrecen también un medio de diálogo directo a través de las consultas y sugerencias que permiten sus funcionalidades de comentario y mensaje.

En tercer lugar, el correo electrónico es otro mecanismo de diálogo frecuente con y entre los distintos grupos de interés. Más allá de la comunicación cotidiana a través de este medio, de forma anual al final del curso académico, se envía la información recogida en el Plan de Comunicación Digital y en el PC11 - Procedimiento de Información Pública, así como la carta de servicios específicas de cada perfil a través de correo electrónico personalizado (empleadores, tutores de prácticas, egresados) y se les solicita opinión respecto de cada una de las informaciones ofrecidas, cuyo análisis permite evaluar la adecuación de la información y de los canales de transmisión utilizados a las necesidades de cada grupo de interés.

Los mecanismos aludidos (reuniones informales, web del centro, redes sociales, correo electrónico) permiten, en definitiva, mantener un flujo comunicativo constante que favorece la identificación de aspectos sobre los que proponer acciones de mejora, tanto para el correcto funcionamiento del Centro en su conjunto, como en relación a los procedimientos de comunicación e información pública dirigida a los distintos grupos de interés.

Paralelamente, y como se indicó anteriormente, la Facultad está trabajando en la reestructuración de la Web con el objetivo de poder cuantificar el flujo de visitas distribuidas por grupos de interés, con lo que se pretende favorecer nuestra capacidad para cuantificar y constatar el grado de transmisión e interés de cada información.

Por su parte, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro emite un informe anual respecto al contenido de la comunicación digital ofrecida. En caso de que se necesite alguna acción de mejora, ésta la remitirá al Equipo Decanal para su solución.

9. Flujograma

DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

