



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

1. Definición

Este Plan de Comunicación Digital define las líneas estratégicas que se seguirán mediante los canales de comunicación digitales que tiene la Facultad de Turismo y Finanzas, a saber, página web del centro y perfiles en redes sociales, así como contenidos difundidos en páginas específicas de la organización matriz, la Universidad de Sevilla, i.e., el portal de la universidad y sus propios medios de comunicación, como RadiUS (radio digital de la universidad) o BinUS (Boletín Interno de Noticias de la universidad). La cobertura de estos medios alcanza no sólo a la comunidad universitaria, sino también a otros grupos de interés externos a dicha comunidad.

2. Objetivo

El objetivo principal del presente documento es explicitar cómo la Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla garantiza la publicación de información de forma periódica. Estos contenidos son relativos al cumplimiento de las funciones adjudicadas y de los procesos y procedimientos relacionados con las titulaciones (grados, másteres y cursos de experto). La información difundida tiene en cuenta los objetivos de calidad incluidos en el Manual de Garantía de Calidad de la Facultad, dentro del marco de la Garantía de Calidad exigido por el EEES.

La difusión de dichos contenidos mediante el uso de medios digitales supone un aval para la visibilidad, cobertura y transparencia de los diferentes públicos afectados por la actividad de la Facultad de Turismo y Finanzas.

3. Alcance

Este documento no solo alude a los contenidos generados por las titulaciones impartidas en el centro; también hace referencia a las actividades generadas por los órganos de gestión, administración y gobierno del centro.

4. Normativa referenciada

- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), de 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 - Gestión y revisión de la orientación profesional" (Manual del Sistema de Garantía de Calidad del Centro).
- Procedimiento "PC10 - Información Pública" (Manual del Sistema de Garantía de Calidad del Centro).



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

5. Desarrollo

5.1. Grupos de interés (stakeholders)

Identificamos los siguientes públicos afectados por la actividad de la Facultad de Turismo y Finanzas:

- De la Universidad de Sevilla:
 - Órganos de Gobierno de la institución, como vicerrectorados, delegaciones, direcciones generales, etc.
 - Otros órganos de apoyo, como la Oficina de Gestión de la Calidad, Gerencia, Biblioteca, etc.

- De la Facultad de Turismo y Finanzas:
 - PDI, como profesores, personal de investigación, profesores visitantes, etc.
 - PTGAS, con estas siglas nos referimos al personal técnico, de gestión y de administración y servicios, i.e., personal de biblioteca, secretaría del centro, conserjería, de los diferentes departamentos, etc.
 - Alumnado de las titulaciones impartidas (grado, máster, doctorado, títulos propios) y alumnado procedente de convenios (como Erasmus, Séneca SICUE, Convenios internacionales, etc.).

- De la sociedad con vinculación con el Centro:
 - Alumni de la Facultad.
 - Empresas y organizaciones empleadoras.
 - Alumnado preuniversitario o universitario con interés en titulaciones impartidas en el centro.
 - Otros centros educativos (universidades, facultades, institutos, colegios, etc.).

- De la sociedad en general:
 - Empresas y organizaciones.
 - Asociaciones y colegios profesionales.
 - Instituciones públicas.
 - Otros públicos y colectivos.

5.2. Tipos de información objeto de comunicación digital

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



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

- Manuales de procedimientos.
- Imagen corporativa del centro.
- Procesos de gestión.
- Actas.
- Formularios.
- Información presupuestaria.
- Indicadores de calidad.
- Sugerencias, reclamaciones y quejas.
- Información y datos sobre las instalaciones.
- Información recibida desde otras Unidades a la que se le deba dar difusión.
- Contenido y datos relacionado con titulaciones.
- Información relacionada con las actividades desarrolladas por los grupos de interés que se realicen en el centro.

5.3. Medios de comunicación

- Portal de la Universidad de Sevilla.
- Página web de la Facultad de Turismo y Finanzas.
- Web de los departamentos que imparten docencia en el centro.
- Web/blogs personales del PDI, institucionales, de proyectos, grupos, etc.
- Enseñanza virtual (Blackboard Learn).
- Medios de comunicación digital de la universidad: TvUS (televisión online), RadiUS (radio virtual), BinUS (boletín de información), Revista US (revista digital).
- Correo electrónico (cuentas generales y personales de la universidad; listas de distribución de correos institucionales; listas de contactos creadas; etc.).
- Pantallas informativas del centro (televisores, mupis digitales ...).
- Redes sociales (Instagram y Twitter).

5.4. Ámbito de actuación

5.4.1. Ámbito interno

Respecto a las comunicaciones internas referentes a la esfera de la calidad, las estrategias y actuaciones descritas en el presente plan pretenden facilitar el flujo de comunicación entre los organismos y públicos pertenecientes al centro, la Facultad de Turismo y Finanzas, a los cuales dichas informaciones puedan afectarle.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

Asimismo, este documento debe servir como guía para canalizar los procedimientos e información relativa a la gestión de la calidad hacia el Vicedecanato de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad del centro.

5.4.2. **Ámbito externo**

Respecto a la comunicación externa sobre materia de calidad de la Facultad de Turismo y Finanzas, este plan garantiza la canalización de la información desde el Vicedecanato de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad del centro. El proceso de comunicación se hará de forma bidireccional, desde estos organismos hasta sus diferentes públicos de interés y viceversa. Se considerará información pertinente a trasladar tanto toda aquella alusiva a mejoras y problemas detectados como datos y contenidos relativos a la calidad de la actividad desarrollada por el centro. Se pondrá especial atención en los siguientes grupos de interés:

- Alumnado, personal docente e investigador y personal técnico, de gestión y de administración y servicios de la Universidad de Sevilla.
- Centros, Departamentos y órganos de gobierno y gestión de la Universidad de Sevilla.
- Otros grupos, entre los cuales se quiere destacar principalmente miembros pertenecientes a la comunidad educativa de institutos, otras facultades y otras instituciones universitarias,

Teniendo presente uno de los principios básicos de la gestión de la calidad, la mejora continua, uno de los principales medios de comunicación del centro, la página web, está siendo actualmente sometida a un proceso de remodelación. Con los cambios acometidos en el diseño y estructura de la web se pretende mejorar la experiencia del usuario y facilitar el acceso al contenido que sea de su interés, mediante una navegación más intuitiva y basada en procesos lógicos sobre la disposición y organización de la información, destacando las secciones más visitadas o que pueden ser de mayor consulta debido a su contenido y relevancia en función del perfil y características de cada uno de los grupos de interés.

5.5. **Contenidos susceptibles de la comunicación digital**

De forma obligatoria, el centro difundirá la información indicada por los órganos de gobierno y gestión de la Universidad de Sevilla canalizados a través del Vicerrectorado de Ordenación Académica y de Estudiantes cuando así lo soliciten. Estos contenidos se publicarán en los medios de comunicación del centro pertinentes para ello con el formato común convenido por la Universidad de Sevilla, tal y como se recoge en el PC10 - Procedimiento de Información Pública.

A continuación, se detallan otros contenidos generados por la facultad susceptibles de ser difundidos públicamente:

- Planes de acogida y orientación al estudio destinado al estudiantado.
- Mecanismos para exponer quejas y sugerencias.
- Incidencias producidas en el centro.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

- Oferta de prácticas externas en empresas mediante convenio con el centro.
- Información general.
- Métodos de adjudicación y evaluación de dichas ofertas en las titulaciones y programas de prácticas.
- Información relativa a los Trabajos Fin de Estudios (Grado y Máster): calendario de plazos, tutores, procedimientos, normativa aplicable, comisiones, defensa, etc.
- Datos sobre ordenación académica del curso: horarios y aulas de clases y exámenes, calendario de periodo lectivo y de evaluación, información relativa al profesorado (despachos y horarios de tutoría), etc.
- Memorias anuales sobre las actividades del centro: resultados de la aplicación de los sistemas de garantía de calidad de las titulaciones impartidas, datos sobre la satisfacción de la actividad desempeñada por el centro (titulaciones y servicios de apoyo), etc.
- Información relativa a ayudas y becas para cursar estudios en la Universidad de Sevilla.
- Becas y ayudas de movilidad nacional e internacional.
- Criterios para el reconocimiento de créditos.
- Normativas aplicables a la permanencia en la Universidad de Sevilla y en el centro.
- Información sobre la accesibilidad al centro para usuarios con discapacidad.
- Información relativa a los órganos de gobierno y servicios de apoyo del centro.
- Sistemas de participación de los diferentes usuarios en los órganos de gobierno.
- Proceso, normativa y demás información que resulten de interés relativa a títulos de estudios en extinción.

La información publicada debe contar con fecha de publicación o actualización.

6. Seguimiento y medición

El Equipo Decanal revisará de forma anual la información susceptible de ser publicada, así como los medios o vías por los que se difundirán.

Cuando el Equipo Decanal detecte alguna desviación de las acciones realizadas con las líneas propuestas en el plan, así como mejoras o sugerencias, se le transmitirán a la persona responsable de la coordinación de comunicación y cultura del centro.

La medición de las propuestas contenidas en este plan se realizará mediante los indicadores descritos en el Procedimiento "PC10 – Información Pública":

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

9.2 Satisfacción sobre la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información (datos desagregados de la encuesta de satisfacción global con el título del SGCT realizada por el PDI, alumnado y PTGAS).



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

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 y sugerencias o cuantificación de usuarios por perfiles en la web.

7. Responsabilidades

Coordinación de comunicación y cultura: responsable de gestionar y elaborar la información difundida a través de los medios expuestos en este plan.

Vicedecanato de Prácticas y Calidad, de Ordenación Académica y Estudiantes, de Investigación e Innovación, y de Movilidad e Internacionalización: responsables de transmitir la información pertinente a la persona responsable de la comunicación y cultura de la facultad para que sea pública mediante las directrices expuestas en este documento.

Administrador/a de Gestión del centro: responsable de transmitir al colectivo del P.T.G.A.S. la información que le concierne.

Equipo Decanal: proponer la estrategia de información a publicar y los grupos de interés a los que deben ir dirigidas las comunicaciones, así como realizar mediciones sobre el alcance e impacto del plan.

8. Rendición de cuentas

La persona responsable de la comunicación del centro, mediante los medios descritos en la sección 5.3., debe dar difusión a los contenidos detallados en los puntos 5.2 y 5.5 de este plan.

El Equipo Decanal de la facultad velará por el cumplimiento de las estrategias aquí expuestas y, en caso de advertir alguna desviación, se lo comunicará a la persona responsable.

Se considera también una forma de rendir cuentas el mantener un proceso de diálogo fluido y constante con los diferentes stakeholders o grupos de interés. Este diálogo permitirá conocer el efecto de los contenidos difundidos y posibles mejoras del plan de comunicación, además de servir como fuente de posibles informaciones susceptibles de ser difundidas.

Esta rendición de cuenta mediante diálogos se mantendrá por diferentes vías: reuniones formales e informales que tienen cabida en la actividad del centro, correos electrónicos, mensajes, etc.

Respecto a los medios descritos en la sección 5.3, se destaca que algunos permiten obtener una retroalimentación, es decir, permite crear un canal bidireccional de comunicación, así como realizar el seguimiento del contenido. Algunos de estos medios son las encuestas de satisfacción o el buzón de quejas y sugerencias de la Universidad de Sevilla, conocido como Expon@us. Este buzón cuenta con un enlace desde la web del centro, y permite obtener datos sobre la satisfacción con la actividad desarrollada en el centro.



FACULTAD DE TURISMO Y
FINANZAS

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

(Aprobado en Junta de Facultad de 25-5-22)

Los perfiles en redes sociales, Twitter e Instagram, permiten un conteo de las interacciones de cada una de las publicaciones y su alcance. Además, dichas redes ofrecen estadísticas y métricas que se pueden consultar cada vez que sea necesario. La evolución del número de seguidores de cada perfil muestra el interés y el buen uso de estos canales de comunicación. Además, mediante el envío de comentarios y mensajes directos o privados, son también una fuente para obtener quejas y sugerencias.

El correo electrónico (correos individuales, listas de contactos, listas de distribución oficiales...) es una vía que permite una comunicación bidireccional con los diferentes grupos de interés. Al igual que los medios descritos anteriormente, puede utilizarse como punto para hacer llegar información susceptible de ser difundida (detallada en este plan de comunicación digital y en el PC10 - Procedimiento de Información Pública), así como para obtener propuestas de mejora.

Por lo tanto, estos canales de comunicación constituyen vías flexibles y siempre abiertas para mantener un diálogo constante con los públicos afectados por la actividad del centro. Mediante estos mecanismos se detectarán posibles mejoras a incorporar (tras el visto bueno del Equipo Decanal), tanto en los procesos de comunicación como en las acciones realizadas por la facultad en su conjunto.

Actualmente, el Equipo Decanal está trabajando en una remodelación de la página web, el principal medio de comunicación del centro con el objetivo de obtener métricas sobre el impacto de los contenidos difundidos. Estas métricas son susceptibles de ser interpretadas como indicadores sobre el interés de la información publicada.