

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL FACULTAD DE FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Creación 13/10/2023

Aprobado en Junta de Centro el 11/12/2023

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 Filosofía 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 Filosofía, dentro del marco de la Garantía de Calidad exigido por el EEES. La Facultad de Filosofía hará uso de las tecnologías de la información y la comunicación disponibles para garantizar la visibilidad y transparencia para todos los grupos de interés.

2. Alcance

El presente documento se aplica a la información relativa a todas las titulaciones ofertadas por la Facultad de Filosofía de la Universidad de Sevilla, a sus órganos de gobierno y a su gestión.

3. Referencias/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 hace referencia 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 generales, etc.)
 - Otros (OGC, Biblioteca Universitaria, etc.)
- De la Facultad de Filosofía:
 - PDI (Profesores, Becarios de investigación, Profesores visitantes, etc.)
 - PTGAS (Personal Técnico de Gestión, Administración y Servicios, Personal de Biblioteca)
 - Estudiantes (Grado, Máster, Doctorado, Títulos propios, Erasmus, Estudiantes extranjero, 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.
 - Instituciones que prestan formación en prácticas.
- 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/Relación de acuerdos
- Formularios
- 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
- Noticias y novedades web
- Convocatorias propias del Centro

5.3. Medios de comunicación previstos

- Web de la Universidad de Sevilla (<https://www.us.es/>)
- Web de la Facultad de Filosofía (<https://filosofia.us.es/>)
- 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, listas de distribución)
- Pantallas informativas
- Redes sociales (Facebook y Twitter)
- RadiUS
- Binus
- Canal de Youtube de la Facultad de Filosofía

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 Filosofía 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 PTGAS).

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 y PTGAS 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, instituciones educativas, colegios y asociaciones profesionales y los empleadores).

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, de Relaciones Internacionales, de Personal Docente e Investigador, de Transformación Digital, de Investigación 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 del SGCC PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA: Instrucción Técnica para la Gestión de la IPD de los Títulos Oficiales de la US y P09 del SGCT Mecanismos para la Difusión del Título).

Por otro lado, disponemos de los contenidos ofrecidos por el Centro, que se organizan en nuestra web del siguiente modo:

- Bloque “La facultad”. En este bloque se ofrece información sobre la estructura organizativa, política y estratégica del centro. Se especifican los espacios y se facilita información de contacto para todos los asuntos implicados en la vida académica. Se puede acceder desde aquí también a la estructura organizativa: Equipo decanal, Junta de Facultad y Comisiones del Centro.

- Bloque “Estudios” se encuentra todo lo relativo a la oferta académica tanto de grado como de posgrado. Se da acceso al calendario académico del curso actual y del anterior, a los títulos de Grado y Máster, las prácticas externas, movilidad, TFGs y TFMs. Dentro de cada título se enlaza con la Web de la Universidad de Sevilla en la que se puede localizar toda la información sobre el plan de estudios, proyectos docentes y resultados del título. Se muestra también para cada título sus horarios, el calendario de exámenes o información sobre prácticas.

- Bloque “Doctorado”. En ella se recoge todo lo relativo a comisiones implicadas en el título, normas de acceso, líneas de investigación, actividades formativas, complementos de formación y enlaces a la EIDUS.

- Bloque “Profesorado”. Se facilita el listado del PDI de todas las titulaciones adscritas a la Facultad de Filosofía, incluyendo enlace a las páginas de investigación de cada miembro de la lista, así como a sus líneas de investigación fundamentales. Se añade información sobre el teléfono de contacto y correo electrónico, así como de figura contractual a la que pertenece cada profesor/a. En este bloque se incorpora también información sobre los departamentos y los grupos de investigación, con enlaces

externos a sus páginas de SISIUS o del portal de la Universidad de Sevilla. Por último, en este bloque está incorporado también el directorio de revistas académicas editadas y publicadas por la Facultad de Filosofía, con enlace a cada una de sus páginas web.

-En el Bloque “Estudiantes”, se incorpora todo tipo de información de interés para el alumnado, desde los criterios y enlaces a admisión, matrículas, becas, impresos para gestiones de todo tipo e información y enlaces para otras gestiones como activación de la tarjeta inteligente, premios, movilidad, UVUS, etc.

-El Bloque “Recursos” contiene todo tipo de información complementaria: recursos del centro (biblioteca, aula de cultura, aula de deportes, delegación de alumnos, conserjería, copistería...) y en todos los apartados se incorpora el enlace correspondiente. También desde este apartado se accede a la normativa universitaria vigente, tanto la que es propia de la Universidad de Sevilla, como la que tiene carácter estatal o autonómico y la propia del Centro.

-Por último, el Bloque “Secretaría”, da paso a todos los trámites que la comunidad universitaria puede realizar a través de la secretaría del centro, incorporando enlace a descarga de documentos autorrellenables, procedimientos de inscripción y depósito de los Trabajos de Fin de Estudios, traslados de expedientes y certificaciones académicas, entre otras cuestiones.

Hemos incorporado un nuevo Bloque con el nombre de “Calidad y Acreditación” en el que se encuentra disponible todo lo relativo a la gestión del Sistema de Garantía de Calidad del Centro. De este modo, se puede acceder al manual de calidad, la política de calidad y los objetivos estratégicos, la misión, visión y valores, el manual de procedimientos, el cuadro de mando y la cartera de servicios. A su vez, se localiza en este apartado la información relativa al funcionamiento de la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, los informes y las memorias anuales y toda la información sobre el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos. Finalmente, se incorpora el plan de calidad del personal técnico de gestión, administración y servicios y enlaces de interés.

La página web se completa con un apartado exclusivo de “Eventos” y “Anuncios” al que se accede desde la página principal, y en donde se va subiendo todo tipo de información sobre conferencias, seminarios, congresos y demás noticias reseñables de la vida académica del centro. Igualmente, en la parte inferior de ese mismo apartado contamos con un archivo audiovisual en el que se va guardando todo tipo de material audiovisual relacionado con actos académicos e institucionales celebrados en el centro.

Además de la página web, la Facultad de Filosofía utiliza como herramientas de comunicación los siguientes medios:

-Mensajes a listas de distribución de correo electrónico corporativas del centro: las listas de distribución que se gestionan en el centro son solo emisoras y se indican a continuación: Lista de distribución Filosofía Informa, de carácter general; Lista de distribución de estudiantes del Grado de Filosofía, Lista de distribución de estudiantes del Grado de Estudios en Asia Oriental; Lista de distribución del Programa de Doctorado (estudiantes y profesorado).

-Grupos de correo para mailings más concretos divididos entre estudiantes del Máster en Filosofía y Cultura Moderna, y del Doble Máster en Filosofía y Cultura Moderna/MAES. También un Grupo de correo del PDI de Filosofía y otro del PDI del GEAO, y finalmente, un grupo de mailing del PTGAS.

-El centro usa también dos cuentas en Redes Sociales, una en Facebook, con el nombre “Facultad de Filosofía Universidad de Sevilla” (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100057241397911>), con un grupo privado añadido de Antiguos Alumnos, y otro en Twitter con el nick @Filosofia_US (https://twitter.com/Filosofia_US). El centro cuenta también con un canal de difusión de eventos dentro la plataforma Youtube: https://www.youtube.com/@Facultad_De_Filosofia_US

Los emisores institucionales (direcciones de correo electrónico) autorizados en las listas de distribución corporativas son: Decano, Vicedecano de Calidad, Posgrado e Investigación, Administradora del Centro, Secretaría del Decanato, Gestora Económica del Centro y Gestora del Centro.

El criterio seguido para dar difusión a la información es que esta tenga carácter institucional y afecte al desarrollo académico de los títulos. El envío de información actual y relevante de carácter institucional a los diferentes grupos de interés se realiza siguiendo las directrices marcadas por la “Cláusula informativa dirigida a los interesados en aplicación del principio de transparencia regulado en el RGPD (https://sic.us.es/sites/default/files/servicios/correo-electronico/listas-de-distribucion/clausula_informacion_listas_distribucion.pdf.)

-Cartelería digital. El centro dispone de dos pantallas situadas en la planta baja, en las que se publica información de interés para los diferentes grupos. Las pantallas ofrecen un carrusel de información de manera ininterrumpida mientras la Facultad permanece abierta. La información se renueva atendiendo a las novedades existentes. La persona responsable del equipo de medios audiovisuales del centro es el encargado de publicar en las pantallas la información que los emisores institucionales le remiten. Los emisores institucionales autorizados a publicar información en las pantallas son los miembros del equipo decanal, la responsable de la secretaría del decanato y la administradora del centro.

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. Revisar la información publicada y velar por su actualización.

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 debe velar por 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 PTGAS. Resultan esenciales igualmente los mecanismos de comunicación mencionados en el punto 5.3, concretamente, aquellos que permiten la retroalimentación y el seguimiento. En este sentido, los correos emitidos por los distintos grupos de interés al equipo de decanato permiten analizar el grado de satisfacción de los contenidos y distribución de las informaciones de la web de la Facultad. Además, el Buzón electrónico de Quejas, Sugerencias, Felicitaciones e Incidencias de la Universidad de Sevilla, Expon@us, enlazado a través de nuestra Web, es un 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. Así, las interacciones que produce cada publicación en cada uno de estos medios permiten estimar el interés que genera 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 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. 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 con los procedimientos de comunicación e información pública dirigida a los distintos grupos de interés. Paralelamente, la Facultad está continuamente actualizando 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. Además, anualmente se procederá por parte del equipo decanal a la elaboración de una Memoria del Centro que versará sobre las acciones más relevantes llevadas a cabo durante el curso anterior, de la que se informará en Junta de Facultad y a la que se le dará difusión entre los principales grupos de interés siguiendo el procedimiento de “Información Pública”.