

Seguimiento anual planes directores



Universidad de Jaén

Título	Memoria Ejecución Anual Plan Director de Comunicación de la Universidad de Jaén 2021-2023
Elaboración	Vicerrectorado de Comunicación y Proyección Institucional

Seguimiento y evaluación del Plan Director: memoria anual de ejecución

El Plan Director de Comunicación toma como base la misión, visión y valores de la Universidad de Jaén, con el propósito de responder, desde el ámbito de la comunicación, a las necesidades y objetivos establecidos por la Universidad de Jaén para este periodo. Dicho Plan está alineado con el Plan Estratégico de la UJA a través de los objetivos estratégicos segundo, cuarto y séptimo.

El Plan Director de Comunicación se estructura en 3 objetivos, 9 líneas estratégicas y 52 acciones. Como base para su desarrollo se realizó un diagnóstico de situación que permitió conocer la imagen y percepción que los grupos de interés tienen de la institución, así como su opinión respecto a la política llevada a cabo en materia de comunicación. Este diagnóstico permitió definir 3 objetivos de comunicación sobre los que pivota este Plan: 1) potenciar la visibilidad, prestigio y reconocimiento de la UJA, a nivel nacional e internacional; 2) promover una gestión integral de la comunicación en la UJA; y 3) fortalecer las relaciones con los grupos de interés.

En relación con el primer objetivo, se plantean 4 líneas y 27 acciones, ejecutándose el 87,29% de las acciones, en el primer año. Entre las acciones que se han llevado a cabo destacamos: la creación del portal web de investigación; la realización de diferentes campañas de comunicación para visibilizar la oferta académica de la UJA (grados y postgrados), los centros formativos (Escuelas y Facultades), los centros e institutos de investigación, el servicio de OTRI y el plan de divulgación científica, entre otras; la creación del perfil de estudiantado internacional y la traducción de cerca del 80 por 100 de la página web de la UJA.

Respecto al segundo objetivo, se definen 2 líneas y 13 acciones, implementándose en un 73,40%, en el primer año. Algunas de las acciones más relevantes han sido: la creación de la comisión de comunicación; el plan de comunicación para redes sociales; el plan de señalética, la creación de la oficina de información al usuario; la puesta en funcionamiento del boletín UJA Alumni; y la definición del programa formativo en comunicación.

Finalmente, el tercer objetivo se ha articulado en torno a 3 líneas y 12 acciones, con un 89,37% de consecución en el primer año. En línea con este objetivo se destacan algunas acciones como la realización de acuerdos de colaboración con los medios de comunicación; el desarrollo del portal ventajas UJA y la activación de nuevos convenios con empresas colaboradoras; la asistencia a la mayor parte de los actos en

los que se ha solicitado la presencia de la institución; y la realización de diferentes campañas de comunicación para dar a conocer las acciones de mecenazgo y patrocinio de la UJA, el programa Alumni, las actividades culturales y el compromiso de la UJA con la sociedad.

**Indicadores de seguimiento y grado de cumplimiento del plan,
objetivos, líneas y acciones**

CO1. Potenciar la visibilidad, prestigio y reconocimiento de la UJA, a nivel nacional e internacional		<i>Cumplimiento</i> 87,29%
<i>Indicador</i>	<i>Seguimiento</i>	<i>Grado cumplimiento</i>
Línea 1. Fortalecer la imagen y reputación de la UJA.		50%
Indicador 1. Elaboración de un Plan anual de medios.	Sí en 2022	100%
Indicador 2. Informe diario de impacto en medios de comunicación.	Sí en 2022	100%
Indicador 3. Informe de posicionamiento SEO y SEM de la UJA.	No en 2022	0%
Indicador 4. Apertura de punto de venta Tienda UJA en Magisterio.	Sí en 2022	100%
Indicador 5. Estudio bienal sobre imagen y percepción de la UJA.	En 2023	0%
Indicador 6. Elaboración del protocolo de comunicación en situaciones de crisis.	En 2023	0%
Línea 2. Incrementar la visibilidad del conocimiento generado por la institución.		99,16%
Indicador 7. Creación del portal web de la investigación.	Sí en 2022	100%
Indicador 8. Campaña de comunicación para visibilizar los centros e institutos de investigación.	Sí en 2022	100%
Indicador 9. Campaña de comunicación para dar a conocer los servicios que ofrece la OTRI.	Sí en 2022	100%
Indicador 10. Campaña de comunicación para visibilizar el Plan de Divulgación Científica y las acciones desarrolladas.	Sí en 2022	100%

Indicador 11. Curso de formación en comunicación y divulgación científica.	Sí en 2022 y 2023	100%
Indicador 12. Publicación cuadernillo Tribuna UJA.	Sí en 2022	100%
Indicador 13. Número de investigadores que participan anualmente en The Conversation.	30 en 2022	93,3%
Indicador 14. Número de lecturas de artículos de divulgación publicados en The Conversation.	30% en 2022	100%
Línea 3. Impulsar la promoción de la oferta de titulaciones.		100%
Indicador 15. Campaña de comunicación de Grados y Postgrados.	Sí en 2022	100%
Indicador 16. Campaña de comunicación para dar a conocer las Escuelas Politécnicas y Facultades.	Sí en 2022	100%
Indicador 17. Realización de los Encuentros UJA	Sí en 2022 y 2023	100%
Indicador 18. Número de ferias especializadas a las que asiste la UJA.	3 en 2022	100%
Indicador 19. Número de iniciativas desarrolladas para promover STEM y mujer.	3 en 2022	100%
Indicador 20. Visitas y jornadas en los campus donde participen los miembros de los centros de bachillerato y formación profesional.	2 en 2022	100%
Indicador 21. Entrevistas a estudiantes y egresados como embajadores de la "Generación UJA".	40 en 2022	100%
Línea 4. Potenciar la proyección de la UJA a nivel internacional.		100%
Indicador 22. Número de notas de prensa sobre la presencia de la UJA en los rankings internacionales.	5 en 2022	100%
Indicador 23. Creación del perfil estudiantado internacional.	Sí en 2022	100%
Indicador 24. % Web institucional en inglés.	80% en 2023	100%

	<i>Cumplimiento</i>
--	---------------------

CO2. Promover una gestión integral de la comunicación en la UJA.		73,40%
Indicador	<i>Seguimiento</i>	<i>Grado cumplimiento</i>
Línea 1. Mejorar la comunicación interna.		62,5%
Indicador 1. Creación de la Comisión de Comunicación.	Sí en 2022	100%
Indicador 2. Elaboración del protocolo de comunicación interna.	No en 2022	0%
Indicador 3. Campaña de comunicación para visibilizar el Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional, así como los manuales y protocolos de comunicación.	Sí en 2022	100%
Indicador 4. Campaña de comunicación para fomentar el conocimiento del boletín UJA Informa y el uso de UJA App.	Sí en 2022	100%
Indicador 5. Elaboración del protocolo de actuación para organización de actos institucionales.	En 2023	0%
Indicador 6. Programa formativo en comunicación.	Sí en 2023	75%
Línea 2. Impulsar la comunicación externa		84,29%
Indicador 7. Elaboración del plan de comunicación para redes sociales.	Sí en 2022	100%
Indicador 8. Elaboración del plan de señalética.	Sí en 2023	100%
Indicador 9. Creación oficina de información al usuario.	Sí en 2023	100%
Indicador 10. Puesta en funcionamiento de UJA Informa Alumni.	Sí en 2022	100%
Indicador 11. Puesta en funcionamiento de UJA Informa empresas.	En 2023	10%
Indicador 12. Informe sobre analítica web y métricas digitales para redes sociales.	Sí en 2022 y 2023	100%
Indicador 13. Media de seguidores en redes sociales.	10% en 2022	80%

CO3. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés.		Cumplimiento 89,37%
Indicador	Seguimiento	Grado cumplimiento
Línea 1. Fomentar la cohesión y el sentido de pertenencia a la UJA.		100%
Indicador 1. Elaboración de material publicitario para dar a conocer experiencias y logros de los miembros de la comunidad universitaria.	Sí en 2022	100%
Indicador 2. Realización de actos de reconocimiento a miembros de la comunidad universitaria.	Sí en 2022	100%
Indicador 3. Mejora del portal “ventajas UJA”.	Sí en 2022	100%
Indicador 4. Número de acuerdos nuevos con empresas colaboradoras para el programa ventajas UJA.	10 en 2022	100%
Línea 2. Estrechar la colaboración entre la UJA y su entorno.		71,43%
Indicador 5. Informe sobre relaciones de la UJA con empresas y entidades.	En 2023	0%
Indicador 6. Celebración de encuentros bidireccionales Universidad-Empresa.	Sí en 2022	100%
Indicador 7. Campaña de comunicación para visibilizar el mecenazgo y patrocinio de la UJA.	Sí en 2023	100%
Indicador 8. Diseño de programa de reconocimientos para empresas colaboradoras, mecenas y patrocinadoras.	No en 2022	0%
Indicador 9. Campaña de comunicación programa Alumni.	Sí en 2022	100%
Indicador 10. Reuniones con medios de comunicación.	Sí en 2023	100%
Indicador 11. Acciones conjuntas con medios de comunicación.	Sí en 2022 y 2023	100%

Línea 3. Reforzar el compromiso de la UJA con la sociedad.		96,67%
Indicador 12. Campaña de comunicación UJA-compromiso con la sociedad.	Sí en 2022	100%
Indicador 13. Número de actos a los que asiste el Equipo de Gobierno de la UJA.	95% en 2022	90%
Indicador 14. Campañas de comunicación UJA-Cultura.	Sí en 2022	100%

Grado de cumplimiento del Plan Director de Comunicación	83,35%
--	---------------