

eAM'
PLAN DE COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

INDICE

1. ANTECEDENTES
2. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS
3. AGENTES Y GRUPOS DE INTERÉS
4. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
5. RECURSOS DE COMUNICACIÓN
6. ACCIONES
7. PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS

1. ANTECEDENTES

Para el diseño del Plan de Comunicación de la eAM' y determinar las estrategias de comunicación, se ha realizado un análisis de los informes de seguimiento del sistema de garantía de calidad del Centro. La ETS de Arquitectura a través de la subdirección de calidad y emprendimiento ha realizado una fase de diagnóstico de la comunicación durante el curso 2023-24 para evaluar la comunicación del centro. Esta evaluación se ha realizado con las siguientes herramientas:

1. Realización de una auditoría interna de las páginas webs del centro y de los títulos, generando un mapa web global de todas las entradas.

Se ha caracterizado su evaluación en base a 4 parámetros (BIEN, EN DUDA, REUBICAR, ELIMINAR) y el mapa web ha sido valorado.

2. Preguntas específicas en los distintos grupos focales desarrollados entre los distintos colectivos que forman parte de la ETS de Arquitectura durante los cursos 2022-23 y 2023-24.

Se han introducido preguntas específicas que tienen que ver con la comunicación en los distintos grupos focales evaluándose de esta manera la comunicación entre los distintos colectivos de la escuela. A continuación, se muestra el guion de grupo focal de estudiantes y guion de grupo focal de PDI desarrollados en la eAM' en 2023.

GUIÓN DEL GRUPO FOCAL

Información y comunicación

¿cómo os comunican los profesores la información relevante del título y/o de las asignaturas: ¿web título, campus virtual?

-Ejemplos de campus virtual que se funcionan y cuáles no. Algo propositivo

Página web y redes sociales

- ¿Crees adecuada la información que contiene la página web?
- ¿Consideráis adecuada la información que se publica en las redes sociales? ¿Estáis de acuerdo en que se utilicen las redes sociales como medios de comunicación?

INSTALACIONES

¿Sentís que las instalaciones del centro y del departamento son adecuadas para las distintas necesidades que tenéis?

¿Conocéis los gestores de espacios y de peticiones? ¿Lo usáis?

Principales vías de mejora y cosas que funcionan que se deberían seguir haciendo

Comunicación. Vamos a elaborar también un plan de comunicación porque se detectan incidencias, saturación correos, desviación de la atención hacia otras plataformas.

3. Diseño y elaboración de fichas de "mensajes y público" de las distintas subdirecciones.

Para evaluar los distintos mensajes que deben de comunicarse desde la subdirección del centro para evitar duplicidades y falta de comunicación.

Nombre exacto de la subdirección Persona Responsable Persona a su cargo	Subdirección calidad y emprendimiento XXXXXXX Becario/a calidad	Mensaje y comunicación de la subdirección	
	Gestión del sistema de calidad de la eAM' <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración memoria anual del centro • Supervisión de la elaboración de la memoria anual de los títulos • Revisión/supervisión de mapa de procesos de la escuela • Elaboración/ Revisión del mapa de procesos de la escuela • Elaboración/Revisión/supervisión de las acciones de mejorar-Plan de mejora • Miembro de la comisión de calidad de la eAM (asistencia a reuniones interlocutora entre el servicio de calidad y la eAM...) • Supervisar/ tutorizar a becario/a calidad • Coordinación del grupo focales • Coordinación de plan estratégico Empleabilidad y emprendimiento <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la comisión de empleabilidad de la UMA (asistencia a reuniones, Interlocutora entre el servicio de empleabilidad y la eAM') • Organización de actividades para la empleabilidad y el emprendimiento Organización de la feria anual del empleo en la eAM'	Tipo de mensaje, público al que se dirige, periodicidad y proceso de revisión /actualización.	Becas y cursos que el Vicerrectorado pide difusión / alumnado/ puntual / campus virtual alumnado
Funciones, Responsabilidad y tareas específicas		Tipo de mensaje, público al que se dirige, periodicidad y proceso de revisión / actualización	Becas y cursos que el Vicerrectorado pide difusión/ egresados / puntual / correo
		Tipo de mensaje, público al que se dirige, periodicidad y proceso de revisión / actualización	Convocatoria de grupo focales / alumnado/profesorado/puntual / campus virtual
		Tipo de mensaje, público al que se dirige, periodicidad y proceso de revisión / actualización	Convocatoria de grupos focales /egresados –PTGAS puntual/ correo electrónico
		Tipo de mensaje, público al que se dirige, periodicidad y proceso de revisión / actualización	Realización encuesta anual / alumnado-PDI/anual/campus virtual

Del Análisis de la situación de partida se han determinado las debilidades y fortalezas que han servido para una puesta en marcha del Plan de Comunicación de la eAM'.

Debilidades y Amenazas

- Información muy fragmentada en la web
- Información duplicada y no actualizada
- Responsables de mantenimiento desconocido
- Falta de estrategias de difusión
- Acceso y uso web complejo
- Falta de personal que se dedique en exclusividad



Fortalezas y Oportunidades:

- Web de cultura, canales de YouTube y redes sociales muy activas



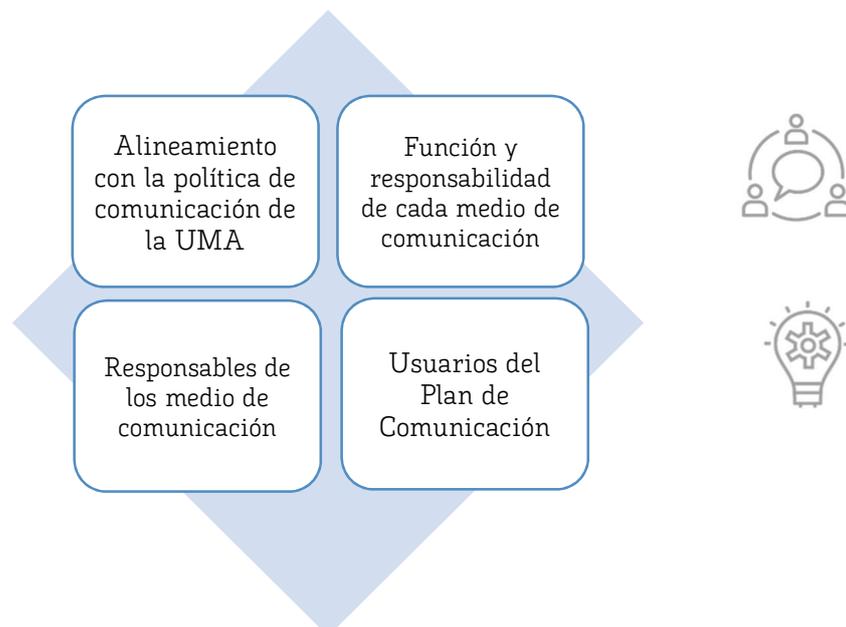
2. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Con arreglo al análisis anterior y con un modelo horizonte marcado por la misión, visión y valores en el Plan Estratégico, así como por las directrices de las políticas de mejora de la calidad académica implícitas en el modelo de acreditación institucional del Centros de la DEVA (IMPLANTA) se han definido unos objetivos, estrategias, agentes y grupos de interés clave para una comunicación eficaz.

Los objetivos establecidos tienen como finalidad fomentar un entorno colaborativo y accesible, garantizando que la gestión y los resultados de la eAM' sean transparentes, inclusivos y ampliamente reconocidos.



Este plan es un conjunto estructurado de estrategias y acciones orientadas a fomentar la interacción y el entendimiento entre la institución y sus diferentes públicos. Para la puesta en marcha, se han definido los agentes y grupos de interés clave para una comunicación eficaz, los distintos objetos de este Plan, así como los contextos en los que la comunicación puede tener lugar y, por último, se han definido algunos procedimientos clave para la organización de la comunicación interna y externa de la eAM'



3. AGENTES Y GRUPOS DE INTERÉS

Se han identificado 8 agentes y grupos de interés en los que se centra la acción de la comunicación de la escuela.:

1. **Estudiantado**: actuales y futuros egresados en todas las titulaciones del centro
2. **Alumni**
3. **Empleadores** / Colegio de Arquitectos de Málaga
4. **PDI y PTGAS**
5. **Comunidad universitaria**, Gobierno y Órganos de Representación de la UMA
6. **Estudiantado / PDI** de otras escuelas de arquitectura nacionales/ internacionales o con interés en la investigación
7. **Empresas** relacionadas con diseño y tecnología
8. **Comunidad malagueña**



4. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

INPUTS

- Información procedente del estudiantado
- Información procedente del PDI
- Información procedente del PTGAS
- Información institucional procedente de los órganos de gobierno de la UMA
- Información procedente del COAM
- Información procedente de terceros: particulares/empresas y administraciones



OUTPUTS

- Información de oferta académica de títulos oficiales, propios y de formación permanente
- Información de resultados de Sistemas de Seguimiento de Garantía de Calidad
- Información de resultados e indicadores del Plan Estratégico de la eAM'
- Información sobre rendimiento anual de cuentas
- Información de servicios e infraestructura de la eAM'
- Información sobre actividades culturales
- Información sobre actividades de difusión de conocimiento, investigación e innovación
- Información sobre actividades científicas



5. RECURSOS DE COMUNICACIÓN



El plan de comunicación de la eAM' identifica 6 recursos de comunicación para facilitar el proceso de transmitir información y mensajes.

1. Web:

- [Institucional UMA](#): recurso integral diseñado para proporcionar información detallada sobre la universidad, sus facultades y servicios.
- [Escuela Técnica Superior de Arquitectura](#): recurso que proporciona información específica sobre sus programas académicos como Grados y Másteres.

- [Aula Virtual](#): Plataforma educativa en línea que facilita la enseñanza y el aprendizaje a distancia. Incluye herramientas de comunicación donde docentes y el estudiantado interactúan a través de foros, chats y mensajería.

2. Redes sociales:

Canales que muestran diversos contenidos como videos promocionales, clases y conferencias, proyectos estudiantiles, eventos especiales e información sobre novedades y actividades recientes de la eAM.

- [Canal YouTube](#)
- [Instagram](#)
- [WhatsApp](#)

3. Redes de comunicación oficial

Herramientas como correo electrónico institucional para la comunicación formal con el estudiantado, docentes y administración permitiendo la distribución de anuncios, novedades y documentos oficiales.

4. Sistemas de quejas y sugerencias

Sitio web oficial que permite recoger y gestionar las inquietudes, comentarios y propuestas de mejora del estudiantado, PDI y PTGAS

5. Hall del centro

Espacio utilizado para la exhibición de carteles, anuncios y otras comunicaciones visuales.

6. Dossier Internacional

Recurso de comunicación que ofrece información pertinente sobre la institución, su enfoque educativo y los proyectos destacados, diseñados para facilitar la comunicación internacional.

6. ACCIONES



A continuación, se detallan las acciones vinculadas a los objetivos identificados, destinadas a la mejora de la comunicación en la ETS de Arquitectura.

OBJETIVOS	ACCIONES
Organizar y sistematizar la comunicación interna y externa	<ol style="list-style-type: none">1. Designación de responsables2. Gestión protocolaria en difusión3. Definición imagen identidad eAM'4. Señalización y logotipos
Fomentar la máxima participación de la comunidad	<ol style="list-style-type: none">1. Comunidad Virtual de información y participación2. Sistematización y regulación de procesos3. Reuniones estructuradas con métodos cualitativos con estudiantes para identificar necesidades, demanda y expectativas
Garantizar la transparencia	<ol style="list-style-type: none">1. Publicaciones de acuerdos2. Informe anual3. Gestión sistematizada de respuestas a quejas y sugerencias recibidas
Potenciar la visibilidad externa	<ol style="list-style-type: none">1. Difusión en las redes sociales de oferta y actividad académica de Grado y Posgrado2. Difusión social de la oferta3. Difusión en medios de comunicación resultados de investigación de grupos activos4. Organización de Jornadas abiertas a la ciudadanía y profesionales5. Invitación a empleadores y colectivos profesionales6. Establecimiento de alianzas con colectivos culturales para organización de eventos culturales7. Potenciar el impacto mediático de la actividad académica, investigación e innovación y participación social

7. PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS

Los INPUTS de información tanto internos, como externos pueden ser procesados por los responsables de comunicación de la Escuela. A través de esta instancia se procesará la información por el/los canales más adecuado/s para producir los distintos OUTPUTS en los que se centrará la comunicación de la eAM', según se ilustra en el siguiente esquema.

