



INDICE

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE PARTIDA	3
OBJETIVOS.....	5
AGENTES Y GRUPOS DE INTERÉS.....	5
ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	6
<i>INPUTS</i>	6
CONTEXTOS Y CANALES CLAVE PARA LA COMUNICACIÓN	6
<i>OUTPUTS</i>	6
ACCIONES	7
PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA.....	10





ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE PARTIDA

Para el diseño de la estrategia de comunicación, se ha realizado un análisis de los informes de seguimiento del sistema de garantía de calidad del Centro, de la evaluación del Plan Estratégico de la Facultad (PLECISA) y del contexto académico, social e institucional actual, en todo lo relativo a procesos de comunicación, transparencia, rendición de cuentas, transferencia, investigación e innovación, así como relación con la sociedad malagueña.

Se identificó un listado de factores críticos para la estrategia comunicativa de la Facultad y se procedió a su análisis por parte de representantes del equipo decanal, DI, PAS y estudiantado, desde el punto de vista de la posición competitiva actual de cada uno de ellos, así como de su valor estratégico para el logro de una comunicación óptima capaz de dar respuesta a los objetivos perseguidos por el equipo de Gobierno del Centro. Este análisis permitió detectar aquellos factores en los que existía un mayor decalaje entre su posición competitiva y su valor estratégico, de manera que quedaban situados entre las líneas prioritarias de acción en materia de comunicación.

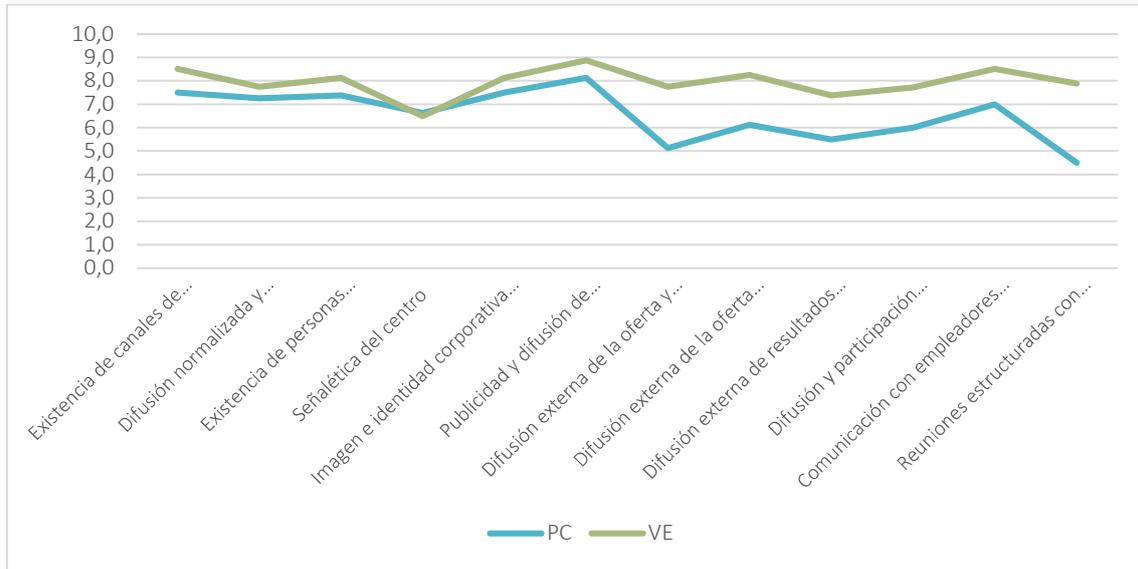


FACTORES CRÍTICOS PARA LA COMUNICACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

1. Existencia de canales de comunicación multidireccional entre cualquier miembro de la Comunidad de la Facultad
2. Difusión normalizada y sistemática en redes sociales
3. Existencia de personas responsables de la comunicación en la Facultad
4. Señalética del centro
5. Imagen e identidad corporativa de la Facultad
6. Publicidad y difusión de acuerdos y actas de los órganos de decisión y participación de la Facultad
7. Difusión externa de la oferta y actividad académica de Grado y Posgrado de la Facultad
8. Difusión externa de la oferta asistencial de las Unidades Docentes Asistenciales
9. Difusión externa de resultados de investigación e innovación de los grupos de investigación de la Facultad
10. Difusión y participación ciudadana en eventos organizados por la Facultad
11. Comunicación con empleadores y sectores profesionales de la salud
12. Reuniones estructuradas con métodos cualitativos con estudiantes para identificación de necesidades, demandas y expectativas

Los factores con mayor decalaje entre la posición competitiva y su valor estratégico fueron las reuniones estructuradas con métodos cualitativos con estudiantes para identificación de necesidades, demandas y expectativas, así como la difusión externa de la oferta y actividad académica de Grado y Posgrado de la Facultad.





Se definieron objetivos con arreglo a este análisis inicial y con un modelo horizonte marcado por la misión, visión y valores definidos en el Plan Estratégico de la Facultad (PLECISA), así como por las directrices de las políticas de mejora de la calidad académica implícitas en el modelo de acreditación institucional de Centros de la DEVA (IMPLANTA).

Para la puesta en marcha, se definieron posteriormente los agentes y grupos de interés clave para una comunicación eficaz, los distintos elementos objeto de este Plan, así como los contextos en los que la comunicación puede tener lugar y, por último, se definieron algunos procedimientos clave para la organización de la comunicación interna y externa de la Facultad.



OBJETIVOS

1. Organizar y sistematizar los procesos de comunicación interna y externa de la Facultad de Ciencias de la Salud.
2. Ayudar a reforzar los vínculos y cohesión entre los miembros de la Comunidad Universitaria y la identificación con la Facultad.
3. Fomentar la máxima participación de la Comunidad Universitaria de la Facultad en la toma de decisiones y acciones de mejora de la calidad.
4. Servir como soporte a los procedimientos de aseguramiento de la transparencia y rendición de cuentas en la toma de decisiones de la Facultad.
5. Potenciar la visibilidad externa de la Facultad y de su actividad académica, asistencial, investigadora y de transferencia y afianzar el compromiso del Centro con la sociedad malagueña.

AGENTES Y GRUPOS DE INTERÉS

Se han identificado 10 agentes y grupos de interés en los que se centra la acción comunicativa de la Facultad:

1. Futuros estudiantes de Ciencias de la Salud de Grado y Posgrado: alumnado de Bachillerato, egresados de Grado, egresados de Máster, profesionales sanitarios especialistas en formación,
2. Estudiantado del Centro: Grado y Posgrado
3. Personal Docente e Investigador
4. Personal de Administración y Servicios
5. Comunidad universitaria, Gobierno y Órganos de Representación de la UMA
6. Servicios de Salud y profesionales sanitarios de la provincia de Málaga
7. Asociaciones y entidades profesionales sanitarias de la provincia de Málaga
8. Asociaciones y organizaciones de pacientes y familiares.
9. Otros colectivos ciudadanos de la sociedad malagueña con interés o relación con la salud
10. Medios de comunicación de la provincia de Málaga





ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

INPUTS

Información procedente de estudiantado

Información procedente del personal docente e investigador de la Facultad

Información procedente del PAS de la Facultad

Información institucional procedente de órganos de Gobierno de la UMA

Información institucional procedente de los Servicios de Salud

Información procedente de organizaciones profesionales sanitarias

CONTEXTOS Y CANALES CLAVE PARA LA COMUNICACIÓN

- Junta de Facultad
- Comisiones de la Facultad
- Consejos de Departamento
- Coordinaciones del Centro
- Comunidad Virtual y Videowall
- Plan de Acción Tutorial (acogida, orientación egresados, itinerarios formativos, ...)
- Sistema de quejas y sugerencias
- Medios y redes

6

OUTPUTS

Información de oferta académica de títulos oficiales

Información de oferta académica de títulos propios y de formación permanente

Información de los resultados del Sistema de Seguimiento de Garantía de Calidad

Información de los resultados e indicadores del Plan Estratégico de la Facultad

Información sobre rendición anual de cuentas

Información de servicios e infraestructuras de la Facultad

Información sobre actividades culturales de la Facultad

Información sobre actividades de difusión de conocimiento, investigación e innovación

Información sobre actividades científicas de la Facultad

ACCIONES

A continuación, se detallan las acciones vinculadas a los objetivos identificados, destinadas a la mejora de la comunicación en la Facultad de Ciencias de la Salud.

OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS
Organizar y sistematizar los procesos de comunicación interna y externa de la Facultad de Ciencias de la Salud.	<ol style="list-style-type: none"> Designación y empoderamiento de responsables de la comunicación en la Facultad: Creación de una coordinación de comunicación y transparencia. Gestión protocolizada de la difusión en redes sociales y en la web Revisión y mejora de la señalética del Centro Definición de imagen e identidad corporativa y normalización de la presentación de información institucional Creación de un logotipo institucional de la Facultad mediante concurso público. 	<ul style="list-style-type: none"> Web institucional de la Facultad Cuentas institucionales de la Facultad
Ayudar a reforzar los vínculos y cohesión entre los miembros de la Comunidad Universitaria y la identificación con la Facultad.	<ol style="list-style-type: none"> Establecimiento de una Comunidad Virtual de información y participación para todos los miembros de la Comunidad Universitaria de la Facultad Fomentar la utilización de la imagen e identidad corporativa y normalización de la presentación de información institucional en actos, eventos, publicaciones, representación de la Facultad en foros, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Twitter, Facebook, Instagram Canal de Youtube institucional de la Facultad Videowall en el hall de la Facultad
Fomentar la máxima participación de la Comunidad Universitaria de la Facultad en la toma de decisiones y	<p>Establecimiento de una Comunidad Virtual de información y participación para todos los miembros de la Comunidad Universitaria de la Facultad</p> <ol style="list-style-type: none"> Sistematización de las fases de audiencia pública de todos los procesos de normalización y regulación de la Facultad 	<ul style="list-style-type: none"> Comunidad Virtual de la Facultad Cartelería institucional





<p>acciones de mejora de la calidad.</p>	<p>9. Celebración de reuniones estructuradas con métodos cualitativos para la identificación de necesidades, expectativas y demandas del estudiantado</p>	<p>adaptada a normas de identidad corporativa</p>
<p>Servir como soporte a los procedimientos de aseguramiento de la transparencia y rendición de cuentas en la toma de decisiones de la Facultad.</p>	<p>10. Publicación de acuerdos de los órganos de decisión y participación de la Facultad</p> <p>11. Informe anual en Junta de Facultad de la evaluación del Plan Estratégico de la Facultad de Ciencias de la Salud (PLECISA)</p> <p>12. Gestión sistematizada de respuestas a quejas y sugerencias recibidas</p>	<p>→ Roll-ups institucionales de la Facultad</p> <p>→ Logotipos y rotulación de la Facultad en áreas estratégicas</p> <p>→ Merchandising con logotipo institucional de la Facultad</p>
<p>Potenciar la visibilidad externa de la Facultad y de su actividad académica, asistencial, investigadora y de transferencia y afianzar el compromiso del Centro con la sociedad malagueña.</p>	<p>13. Difusión en las redes de la oferta y actividad académica de Grado y Posgrado</p> <p>14. Difusión social de la oferta asistencial de la Facultad en las Unidades Docentes Asistenciales de Podología, Fisioterapia y Terapia Ocupacional.</p> <p>15. Participación en jornadas de orientación para futuros estudiantes y las Jornadas Destino UMA</p> <p>16. Participación en programas de iniciación a la vocación científica para estudiantes de Bachillerato y ESO</p> <p>17. Difusión en medios de comunicación de resultados de investigación de los grupos activos de la Facultad</p> <p>18. Organización de Jornadas abiertas a la ciudadanía y profesionales sobre temas de promoción y prevención en salud, así como de participación ciudadana en las decisiones en salud.</p>	<p>→ Listas de correo</p> <p>→ Foro de noticias de la Comunidad Virtual</p> <p>→ Dossier de impacto mediático cuatrimestral</p> <p>→ Sistema de quejas y sugerencias</p>





	<p>19. Organización de Jornadas de Tutelaje Clínico</p> <p>20. Comunicación fluida y periódica con los responsables de las instituciones sanitarias y profesionales de la provincia de Málaga sobre actividades, planes y eventos organizados por la Facultad.</p> <p>21. Invitación a empleadores y colectivos profesionales a involucrarse en determinadas actividades y procesos organizados por la Facultad.</p> <p>22. Establecimiento de alianzas con colectivos culturales para la organización de eventos culturales en la Facultad, abiertos a toda la Comunidad y a la ciudadanía</p> <p>23. Potenciar el impacto mediático de la actividad académica, de investigación, innovación y participación social de la Facultad</p>	<p>→ Creación de una agenda cultural anual</p>
--	---	--



PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Los INPUTS de información tanto internos, como externos pueden ser procesados a dos niveles: equipo decanal y/o coordinación de comunicación de la Facultad. A través de estas dos instancias 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 Facultad, según se ilustra en el siguiente esquema:

