

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	MOTIVO MODIFICACIÓN
PC-09	Inicial	01/06/2010	

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Equipo Directivo del CUCC	Unidad Técnica de Calidad de la UAH	Junta de Centro
Firma: José María Amigo Ortega	Firma:	Firma: Luis Rebollo
Fecha: 01/06/2010	Fecha: 15/11/2010	Fecha: 11/11/2010

ÍNDICE

1. OBJETO
2. ALCANCE
3. NORMATIVA / DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA
4. DEFINICIONES
5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
6. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN
7. EVIDENCIAS
8. RESPONSABILIDADES
9. FLUJOGRAMA
10. ANEXOS

1. OBJETO

El objeto de este proceso es establecer cómo el Centro Universitario Cardenal Cisneros determina, planifica y desarrolla la comunicación interna y externa del centro como parte activa de la Comunidad Educativa y de la sociedad en la que actúa.

2. ALCANCE

El presente documento es aplicable a todos los servicios del Centro Universitario Cardenal Cisneros.

3. NORMATIVA / DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA

- Estatutos de la Universidad
- Plan de Comunicación y Promoción del CUCC
- Manual del SGC del CUCC.
- Guía Académica de las Titulaciones
- Programa de Organización Campaña 2010-Servicio de Información
- Documento de Presentación Corporativo Campus Virtual
- Documento de Información General de Estudios de Grado

4. DEFINICIONES

- **Comunicación externa:** Se refiere a todos los procesos y acciones que generan mensajes y difunden información cuyo objetivo es dar a conocer la actividad del Centro y crear, mantener o mejorar las relaciones entre ésta y sus públicos externos: potenciales estudiantes, familias, comunidad universitaria, entidades públicas y privadas, sociedad en general.
- **Comunicación interna:** Hace referencia a los procesos cuya finalidad es la comunicación e intercambio de información entre los públicos internos del Centro Universitario con el fin de compartir el conocimiento, hacer circular la información entre los públicos internos a los que pueda interesar, mejorar el desarrollo del desempeño profesional y docente, así como mejorar la coordinación entre Departamentos y Servicios. Se entiende por públicos internos las personas directa o indirectamente vinculadas al CUCC (Equipo Directivo, Fundación Cardenal Cisneros, personal docente, personal no docente, administrativo y de servicios, empresas subcontratadas y vinculadas, estudiantes, congregación Marista, Universidad de Alcalá, etc.).
- **Comunicación corporativa:** Es la que, por una parte, describe e identifica a nuestro Centro, sus características, su propia organización, el proyecto educativo, estructura y funcionamiento. Por otra, la que resulta, principalmente, de la habitual actividad docente e investigadora del Centro, en todos los ámbitos y modalidades de estudio.
- **Información puntual o hitos informativos:** Se considera información puntual o hitos informativos, por ejemplo, la noticia de la celebración de una jornada, de un congreso o de

una exposición, la convocatoria de un premio de investigación, la lectura de una tesis o la convocatoria anual de Becas. La información puntual tiene un periodo de publicación fijo marcado por la actualidad y el interés del hecho, que requiere una ágil detección de hechos noticiables, una rápida capacidad para su difusión a través de los diferentes canales y la renovación de la misma cuando ésta ya carece de interés o vigencia.

- **Canales de comunicación:** Los canales de comunicación son todos aquellos conductos y herramientas que se emplean para que la información se difunda y llegue de forma eficaz a sus públicos objetivos.

Son **Canales Externos** los que facilitan la comunicación del Centro con todos sus públicos externos, como la página Web institucional, los medios de comunicación, los materiales y documentaciones en diferentes soportes –papel, electrónico, audiovisual, etc.- las redes sociales, carteles o folletos. La información que se gestiona a través de estos canales tiene difusión oficial tanto dentro como fuera de nuestra comunidad universitaria.

Son **Canales Internos** los que se emplean y facilitan el intercambio de información entre grupos de trabajo, Departamentos, personal docente, PAS y estudiantes, es decir, entre los públicos internos del Centro. La información que se gestiona a través de estos canales tiene difusión oficial únicamente en el ámbito de dicha comunidad. Estos canales son: la Intranet del CUCC, correo electrónico, pantallas electrónicas, tableros de anuncios, reuniones informativas y comunicados, entre otros.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Los procesos de Comunicación e Información se gestionan a través de la creación y desarrollo de un Plan de Comunicación y Promoción, eje del trabajo del Departamento de Relaciones Externas y Comunicación, así como de los Servicios que de él dependen como es el Servicio de Información al Estudiante.

El Plan de Comunicación y Promoción del CUCC se basa en un análisis de la situación de partida de cada curso, la propuesta de objetivos, la segmentación de públicos a los que se quiere llegar, la definición de mensajes que se quieren transmitir y que reflejan la identidad del Centro, las líneas de trabajo y el calendario o cronograma de planificación de acciones.

Para el diseño anual del Plan de Comunicación y Promoción, el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación reúne la información, proyectos, estrategias y programa docente que el Equipo Directivo y principales Departamentos le proporciona. En base a esta información, elabora y presenta una propuesta al Equipo Directivo, encargado de supervisar y proponer todas las acciones correctoras que, una vez realizadas, dan lugar a un Plan definitivo sobre el que gira la actividad de comunicación e información del año en curso. No obstante, los procesos de comunicación por su naturaleza y por la de la propia vida académica e investigadora pueden renovarse, corregirse o modificarse siempre y cuando las necesidades comunicativas lo requieran.

Es también clave entender que todas las personas que integran el Centro son una fuente potencial de información y “embajadores” de ésta, pero no todos pueden hacer un uso indiscriminado de los canales disponibles. Por ello, la difusión de la información se centraliza en el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación que, dentro de sus competencias y con el apoyo y aprobación

Centro Universitario Cardenal Cisneros – Sistema de Garantía de Calidad

del Equipo Directivo realiza una gestión ordenada de los flujos de comunicación, los mensajes y el modo más adecuado de transmitirlos.

Los procesos de comunicación contemplan principalmente cuatro ejes de actuación:

- Promoción e Información.
- Página Web e Intranet.
- Comunicación corporativa, Comunicación externa y Comunicación interna.
- Relaciones Públicas y Eventos.

A continuación, se detalla brevemente el contenido de cada uno de ellos:

- **Promoción e Información**

- Coordinación del Servicio de Información al Estudiante durante la campaña de Promoción de las Titulaciones, con las siguientes competencias:
 - Atención telefónica y personal de demandas de información general sobre el Centro, la oferta de Grados, el Campus Virtual, las vías de acceso y los procesos de preinscripción y matrícula.
 - Canalización, seguimiento y respuesta, en su caso, de las consultas de estudiantes a los Departamentos responsables sobre casos específicos de convalidaciones, traslados, homologaciones, prácticas, cambios de especialidad o modalidad, etc.
 - Atención personalizada a los estudiantes en la realización de la Preinscripción en las diferentes titulaciones ofertadas.
 - Seguimiento y envío periódico de mensajes informativos de utilidad a las solicitudes realizadas a través de la Web.
 - Elaboración de Informes sobre el tipo de solicitudes de información a través de los diferentes canales (teléfono, mail y visitas).
- Programa de Información a Orientadores. Visitas, Jornadas informativas y envío de información a orientadores de centros educativos de Secundaria y Bachillerato de la zona de influencia.
- Participación en sesiones informativas sobre la oferta académica y los estudios de Magisterio y Educación Social a grupos de estudiantes de 2º de Bachillerato de centros de la Comunidad de Madrid.
- Difusión de información corporativa y de la oferta académica a centros educativos de toda España a través de correo postal y correo electrónico.
- Distribución de documentación corporativa y oferta académica a medios de comunicación locales, secciones de educación de medios nacionales y medios especializados en educación y formación.
- Jornada de Puertas Abiertas del Centro.

- **Página Web e Intranet**

- Seguimiento y estudio de estructura, diseño y contenidos.
- Búsqueda de información y hechos noticiables para publicar en la Web.
- Coordinación de los contenidos que integran en la Web los diferentes Departamentos y Servicios, supervisión y redacción de textos.
- Acciones y propuestas para la dinamización de la Intranet.
- Seguimiento de las solicitudes de información a través de la Web.

- **Comunicación corporativa, Comunicación externa y Comunicación Interna**

- Elaboración y difusión de documentaciones corporativas, sobre la identidad del Centro y su oferta académica.
- Producción de folletos y carteles.
- Redacción y difusión de materiales informativos: notas de prensa y comunicados.
- Relaciones con los medios de comunicación. Gestión de entrevistas, artículos y reportajes sobre la identidad del Centro.
 - Temas difundidos: Jornadas de Educación Social, Artículos divulgativos, Actos y celebraciones académicas, Conferencias, Programa de Becas, Proyectos de Investigación, etc.
 - Actualización permanente de Bases de Datos de medios nacionales y locales: prensa, radio, televisión y on-line.
 - Campaña publicitaria: Inserciones publicitarias en prensa y radio local sobre Oferta Académica, Información de Acceso, Jornadas, Requisitos de Acceso y Becas.
 - Relación y difusión de información a entidades e instituciones locales: portal informativo de la Universidad de Alcalá, Ayuntamiento de Alcalá, Asociaciones de vecinos, etc.
 - Presentaciones del Campus Virtual y la oferta de Segundas Titulaciones de Magisterio en diferentes ciudades.
 - Comunicación interna: Propuesta de protocolos y herramientas para facilitar el intercambio de información entre grupos de trabajo, personal docente, PAS y estudiantes.

- **Relaciones Públicas y Eventos**

- Apoyo organizativo en los actos propios del Centro universitario Cardenal Cisneros, tales como: Ceremonia de Graduación, celebración de la Festividad de San Marcelino, Jornadas de Educación Social y otras Jornadas profesionales.
- Relaciones con el Departamento de Comunicación de la UAH, así como de otros centros universitarios o entidades del ámbito universitario y educativo.

- Presencia en ferias (Aula) y jornadas y foros.
- Búsqueda de oportunidades de patrocinio y acuerdos de colaboración con asociaciones e instituciones.

6. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN (Revisión y Mejora)

Para evaluar el modelo implementado se utilizarán, fundamentalmente, estadísticas e informes de seguimiento. Los informes permitirán valorar las demandas informativas, percepción de los usuarios y su grado de satisfacción. Las estadísticas, por su parte, permitirán medir la eficacia de las diferentes medidas adoptadas. Otra de las herramientas de medición es el dossier de seguimiento de apariciones en medios de comunicación con informaciones sobre el CUCC.

Los diferentes informes, encuestas y estadísticas se integrarán en el Informe de Calidad que elabora el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación y envía al Equipo Directivo y a la Comisión de Calidad.

La Comisión de Calidad, sobre los informes que el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación le remite, elabora la Memoria de Calidad de acuerdo con el procedimiento PM-01 de Análisis, mejora y rendición de cuentas.

Finalmente, la Comisión de Calidad del Centro, considera los informes, revisa los objetivos, propone, en su caso, acciones de mejora, y emplea esta información para elaborar los planes de mejora para el CUCC.

La Comisión de Calidad difunde la Memoria de Calidad de acuerdo con el procedimiento PC-09 Comunicación e información del mapa de procesos del Sistema de Garantía Interno de Calidad.

7. EVIDENCIAS

Identificación registro o evidencia	Soporte de archivo	Responsable de custodia	Tiempo de conservación
Plan de Comunicación y Promoción	Papel y digital	Equipo Directivo/ Dpto. de Rel. Externas y Comunicación	6 años
Propuesta Campaña 2010 Servicio de Información	Papel y digital	Equipo Directivo/ Dpto. de Rel. Externas y Comunicación	6 años
Documento de Presentación corporativo y Notas de Prensa	Papel y digital	Dpto. de Relaciones Externas	Anual

8. RESPONSABILIDADES

Equipo Directivo:

- Aprueba el Plan de Comunicación y Promoción.
- Responsabilidad de los programas de promoción y difusión de las Titulaciones.

Subdirección de Ordenación Académica y Subdirección de Innovación e Investigación:

- Propuesta e incorporación de la información correspondiente sobre Programa Académico, Proyectos de Investigación y Plan Estratégico.
- Relación con el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación para el correcto desarrollo de las actividades de comunicación e información.

Departamento de Relaciones Externas y Comunicación:

- Diseño, organización y desarrollo del Plan de Comunicación y Promoción, Coordinación del Servicio de Información y de las Relaciones Informativas.
- Elaboración y supervisión del material informativo, promocional y publicitario.
- Tramitación y gestión administrativa de todo el proceso.
- Elaboración de un Informe de Calidad anual de las actividades de Comunicación e Información.

Otros Departamentos académicos

Todos los Departamentos son responsables de la información que generan, así como, el Departamento de Relaciones Externas y Comunicación es responsable de la difusión de la información aportada por ellos.

9. FLUJOGRAMA

Véase ANEXO I

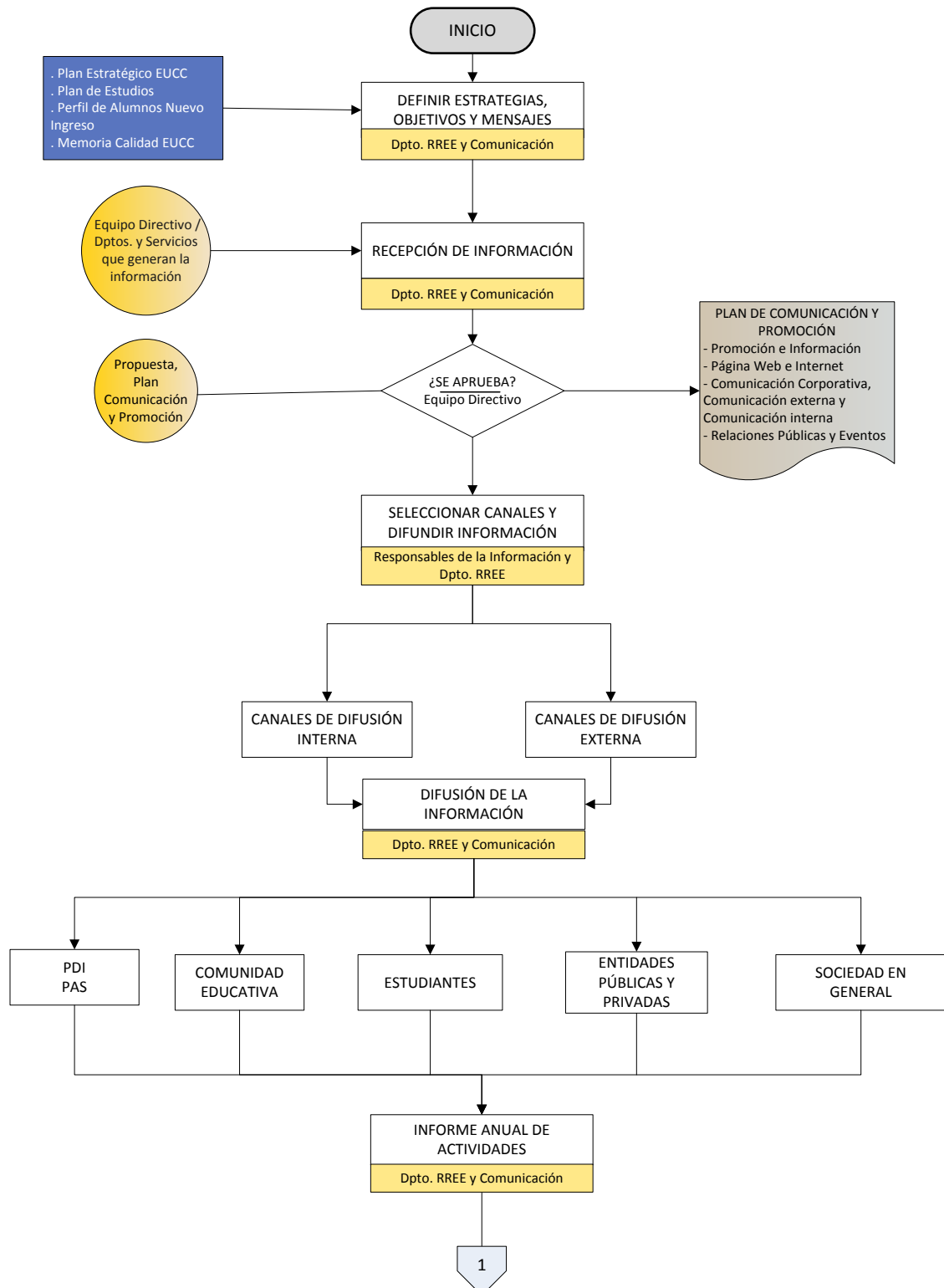
10. ANEXOS

Anexo I: Flujograma

ENTRADAS

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

SALIDAS



ENTRADAS

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

SALIDAS

