

Documentación Carta de Servicio



Fecha última revisión: 17/04/2023

MISIÓN:

El **Gabinete de Comunicación y Marketing (GCM)** es un departamento estructural de la UCA cuya misión principal la planificación, gestión y seguimiento de la comunicación institucional de la Universidad de Cádiz de acuerdo con los objetivos y el marco de la planificación estratégica de la misma en el ámbito de la comunicación, las directrices y políticas que a tal efecto emanen de sus órganos de gobierno, los límites presupuestarios y de recursos y las solicitudes de prestación de servicios que provengan de la comunidad universitaria.

El objetivo es potenciar la eficacia, la eficiencia, la calidad y la profesionalidad de la comunicación institucional de la Universidad de Cádiz con la finalidad de mejorar su notoriedad, su visibilidad y su reconocimiento en el seno de la sociedad gaditana, de la que forma parte y a la que presta un servicio esencial. La imagen que seamos capaces de proyectar en los demás tendrá una vinculación directa con la percepción que éstos tengan de nosotros.

Para ello, se impone la necesidad de planificar la comunicación. Hay que especificar prioridades, establecer criterios de acción, concretar los procedimientos de actuación y enumerarlos en una carta de servicios a disposición de todos los miembros de la UCA.

FUNCIONES:

2.- Funciones

A-Difusión informativa

1. Cobertura y difusión de la agenda de actualidad de la UCA relacionada con la actividad institucional como apoyo a los órganos de gobierno y de las solicitudes relacionadas con estas tareas recibidas vía CAU por parte de la comunidad universitaria
2. Apoyo en la organización y cobertura de las actividades convocadas, ruedas de prensa, eventos celebrados que cuenten con interés mediático y en la sociedad, prestando a su vez asesoramiento a los portavoces de la institución.

Esta labor de cobertura y difusión informativa se realizará a través de los siguientes medios

- Dotación regular de contenidos informativos de la actualidad institucional, docente, científica, de transferencia y de servicios de la UCA a través de los medios propios de la Universidad: canal de noticias web principal y perfiles institucionales en redes sociales
- Envíos a los medios de comunicación de la provincia, autonómicos y nacionales según nivel de relevancia informativa
- Cobertura informativa, fotográfica y audiovisual de los principales actos que configuran la actualidad de la Universidad de Cádiz.
- Atención y respuesta a la demanda informativa por parte de los medios de comunicación.
- Suministro regular de información al canal de noticias de la web de la UCA www.uca.es
- Difusión de la actividad de la Universidad de Cádiz a través de los perfiles institucionales UCA en redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn y Flickr
- Elaboración diaria de dossier de prensa.

B-Diseño y elaboración de elementos comunicativos

1. Diseño de material gráfico relacionado con las campañas de comunicación institucionales y con las actuaciones vinculadas a la acción de los distintos órganos de gobierno de la UCA
2. Diseño de material gráfico como prestación de servicio especializado al conjunto de la comunidad universitaria mediante petición vía CAU
3. Impresión del material diseñado siempre que las especificidades técnicas de la tarea se acomoden a las capacidades técnicas del equipamiento propio del Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA para este fin y a los límites de presupuestos y consumibles del mismo.
4. Asesoramiento y gestión con proveedores externos para asegurar una impresión de calidad y con el menor coste para la correcta prestación del servicio

C- Asesoramiento en materia de identidad visual corporativa

1. Seguimiento del uso correcto por parte de la comunidad universitaria de la identidad visual corporativa de la UCA de acuerdo al Manual de identidad visual, al Manual de estilo web y el Manual de uso y gestión de redes sociales, comunicación de anomalías y de realización de informes para la Comisión de Identidad Visual UCA.
2. Asesoramiento en el uso de logotipos UCA a través del CAU habilitado al efecto
3. Gestión de solicitudes de autorización para gestionar perfiles en redes sociales por parte de la comunidad universitaria a través del CAU específico y previa supervisión del uso correcto de la identidad visual corporativa de la UCA.

D- Grabación, edición y difusión de actos institucionales UCA

1. Desde el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA se realizará de oficio la grabación, edición y difusión de actos solemnes: aperturas de curso, investidura de nuevos doctores, investidura de doctores Honoris Causa, etc.
2. En coordinación con el área de Audiovisuales y el Gabinete del Rector de la UCA, se garantizará desde el GCM la retransmisión vía *streaming* de los principales actos de la UCA cuando se desarrollen en espacios que así lo permitan.

E- Planificación de campañas de comunicación institucionales

1. Planificación, diseño, asesoramiento, contratación y seguimiento de la publicidad institucional en los diferentes medios de comunicación.

COMPROMISOS:

La relación de los servicios prestados por el Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz se realizarán conforme a los siguientes compromisos de calidad:

A.1-Redactar, difundir y publicar en medios propios (web y perfiles en redes sociales) las noticias relacionadas con la actualidad institucional, docente, científica, de transferencia y de servicios de la UCA en el mismo día de la celebración de los actos anotados en agenda en, al menos, un 80% de los días hábiles del año.

A.2.- Difundir en web y redes sociales la actualidad de la UCA con una ratio mínima de 10 noticias en cada semana hábil (2 por cada día laborales de la misma).

A.2- Inclusión de fotografías en todas las noticias difundidas y de vídeos en la mitad de las informaciones publicadas en el canal de noticias de la web UCA.

A.2.- Difusión de la actualidad UCA a través de los perfiles institucionales en redes sociales con al menos tres ítems de actualidad dinamizados en redes cada día hábil.

B.1- Diseñar y editar todo el desarrollo creativo y gráfico de las campañas institucionales (autoría del 100% de los materiales diseñados)

B.1.- Maquetación y diseño de informes y documentación oficial para los órganos de gobierno de la UCA, solicitados con al menos 72 horas de antelación y que serán entregados antes de la celebración del acto en el 100% de los casos.

B.2- Diseño de materiales promocionales de actividades académicas, científicas, divulgativas, de transferencia y de servicios con solicitudes recibidas vía CAU. Las tareas se adjudicarán en 24 horas y se realizarán en plazo semanal, quincenal o mensual en función de la complejidad y horas de carga de trabajo de las mismas.

C.1.- Seguimiento de uso identidad corporativa UCA y emisión de informes a Comisión de identidad visual. Un informe por cada convocatoria de la comisión.

C.2- Asesoramiento técnico para la correcta aplicación de la identidad corporativa atendiendo al Manual de identidad visual UCA en un plazo de 72 horas en un 90% de los casos.

D.1.- Grabación, edición y difusión en medios UCA de todos los actos solemnes de la UCA.

D.2.- Garantía de retransmisión vía *streaming* de los principales actos de la UCA cuando se desarrollen en espacios que así lo permitan.

D.3.- Subida de los vídeos institucionales, previamente editados al canal YouTube de la UCA en un plazo de 72 horas tras la celebración de los mismos.

E.-1.- Planificación, ejecución y seguimiento de todas las campañas de comunicación institucional UCA.

INDICADORES:

A.1-Redactar, difundir y publicar en medios propios (web y perfiles en redes sociales) las noticias relacionadas con la actualidad institucional, docente, científica, de transferencia y de servicios de la UCA.

Indicador: Publicación en el mismo día de la celebración de los actos anotados en agenda en, al menos, un 80% de los días hábiles del año.

A.2.- Difundir en web y redes sociales la actualidad de la UCA.

Indicador: Mínimo de 10 noticias en cada semana hábil (2 por cada día laborales de la misma).

A.2- Inclusión de fotografías y de vídeos en noticias publicadas en web

Indicador: 100% de noticias con fotografías y al menos 50% de vídeos en noticias con cobertura directa

A.2.- Difusión de la actualidad UCA a través de los perfiles institucionales en redes sociales

Indicador: Publicación de tres entradas en perfiles UCA en redes sociales cada día hábil

B.1- Diseñar y editar todo el desarrollo creativo y gráfico de las campañas institucionales

Indicador: N° de campañas institucionales / N° de diseños de campañas institucionales = 1

B.1.- Maquetación y diseño de informes y documentación oficial para los órganos de gobierno de la UCA

Indicador: (recibidos con 72 horas de antelación) 100% de informes de maquetación antes de la celebración

B.2- Diseño de materiales promocionales de actividades académicas, científicas, divulgativas, de transferencia y de servicios con solicitudes recibidas vía CAU.

Indicador de adjudicación en 24 horas

Indicador de ejecución: semanal, quincenal o mensual en función de la complejidad y horas de carga de trabajo de las mismas.

C.1.- Seguimiento de uso identidad corporativa UCA y emisión de informes a Comisión de identidad visual.

Indicador: N° de convocatorias Comisión identidad visual / N° de informes de identidad visual UCA presentados = 1

C.2- Asesoramiento técnico para la correcta aplicación de la identidad corporativa atendiendo al Manual de identidad visual UCA:

Indicador: 90% consultas con contestación en un plazo de 72 horas en un 90% de los casos.

D.1.- Grabación, edición y difusión en medios UCA de todos los actos solemnes de la UCA.

Indicador: N° de actos solemnes / N° de vídeos editados = 1

D.2.- Garantía de retransmisión vía *streaming* de los principales actos de la UCA cuando se desarrollen en espacios que así lo permitan.

Indicador: N° de actos relevantes/ N° de retransmisión vía *streaming* = 1

D.3.- Subida de los vídeos institucionales, previamente editados, al canal YouTube de la UCA

Indicador: (plazo de 72 horas) N° de vídeos editados / N° de vídeos publicados = 1

E.-1.- Planificación, ejecución y seguimiento de todas las campañas de comunicación institucional UCA.

Indicador: N° de campañas de comunicación institucionales / N° de campañas de comunicación institucionales planificadas = 1

DERECHOS:

5.- Derechos

Nuestros usuarios tienen derecho a:

- Ser atendidos con la debida corrección, respeto, amabilidad, educación y profesionalidad.
- Obtener el servicio solicitado en las formas y en los tiempos que se especifican en la presente carta de servicios.
- Recibir información y asesoramiento profesional personalizado en cada solicitud de servicio.
- Garantizar una total y escrupulosa confidencialidad en relación con los datos personales que sean conocidos en la prestación del servicio de acuerdo con la legislación vigente en materia de protección de datos.

TU OPINIÓN NOS INTERESA:

6.- Tu opinión nos interesa

Si quieres dejarnos tu opinión, recomendación, sugerencia, queja o reclamación acerca de los servicios del Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz, puedes hacerlo de dos formas:

Si eres miembro de la comunidad universitaria, la Universidad de Cádiz dispone del Buzón de Atención al Usuario (BAU): <http://buzon.uca.es>

Si no formas parte de la comunidad universitaria, utiliza estos canales:

1.- Por correo electrónico:

dircom@uca.es

oficina.prensa@uca.es

comunicacion@uca.es

CONTACTO (direcciones y horarios):

Dónde estamos

Lugar: Campus de Cádiz. Edificio Constitución 1812. 2ª planta. Paseo Carlos III, nº 3. 11003, Cádiz.

Teléfonos: 956 01 59 32/59 07

E-mail/web:

- dircom@uca.es
- oficina.prensa@uca.es
- comunicacion@uca.es
- www.uca.es

Horario presencial: De lunes a viernes, de 8:30 a 14:30 horas.

NORMATIVA APLICABLE

8.- Normativa aplicable

- Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
- LAU (Ley Andaluza de Universidades 15/2003 de 23 de diciembre, BOJA núm. 251 de 31 de diciembre de 2003, BOE num. 14, de 16 de enero de 2004).
- Estatutos de la Universidad de Cádiz (Decreto 281/2003, de 7 de octubre, por el que se aprueban, BOJA num. 207 de 28 de octubre de 2003).
- Ley Orgánica de Protección de Datos de carácter personal (Ley 15/1999 de 13 de diciembre de 1999, BOE num. 298 de 14 de diciembre de 1999).