



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

# PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

## PROCEDIMIENTO DE PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA

### FACULTAD DE FARMACIA

<b>Elaborado:</b> Vicedecana de Calidad Fecha: 10/01/2023		<b>Revisado:</b> Equipo Decanal Fecha: 07/03/2023		<b>Aprobado:</b> CGCC Fecha: 17/01/2024	
<b>EDICIÓN</b>	00		01		01
<b>EDICIÓN</b>	02				

### HISTÓRICO DE CAMBIOS

Edición	Fecha	Resumen de cambios
00	02/10/2022	Creación del procedimiento
01	27/09/2023	Aprobación en CGCC
02	17/01/2024	Actualización
03	04/07/2025	Actualización



## **ÍNDICE**

- 1. Objeto**
- 2. Alcance**
- 3. Referencias/Normativa**
- 4. Definiciones**
- 5. Desarrollo**
- 6. Seguimiento y Medición**
- 7. Responsabilidades**
- 8. Rendición de cuentas**
- 9. Flujograma**



## **PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL**

**Facultad de Farmacia**

### **1. OBJETO**

El presente documento tiene como finalidad establecer un procedimiento claro de publicación de información corporativa por parte del Centro en forma de Plan de Comunicación del mismo. Se indica cómo la Facultad de Farmacia de la Universidad de Sevilla garantiza la publicación periódica de información relativa al cumplimiento de las tareas que tiene encomendadas, de los procesos relacionados con las titulaciones que imparte teniendo presentes los objetivos de calidad incluidos en el Manual de Garantía de Calidad de la Facultad de Farmacia, dentro del marco de la Garantía de Calidad exigido por el EEES. De esta manera se garantiza la visibilidad y transparencia para todos los grupos de interés.

### **2. ALCANCE**

El presente documento es de aplicación a la información relativa a todas las titulaciones ofertadas por la Facultad de Farmacia de la Universidad de Sevilla, a sus órganos de gobierno y a su gestión

### **3. REFERENCIAS/NORMATIVA**

- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) del 25 de mayo de 2018.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos (LOPD).
- RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.
- Ley 25/2007, de 18 de octubre, de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicaciones.
- Estatutos de la US ((Decreto 98/2025, de 30 de abril, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de Sevilla. BOJA Extraordinario número 8 de 02/05/2025) y reglamentos que lo desarrollan.
- Sistema de Garantía de los Títulos Oficiales de la Universidad de Sevilla.
- PC-12 - Procedimiento de medición, análisis y Mejora
- PC11 - Procedimiento para la gestión de la Información Pública.



#### **4. DEFINICIONES**

El Plan de Comunicación Digital hace referencia al conjunto de estrategias de comunicación que, a través de los medios y soportes informáticos adecuados, permiten cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos de interés que componen una organización.

#### **5. DESARROLLO**

##### **5.1. Grupos de interés**

Se identifican los siguientes grupos de interés:

• De la Universidad de Sevilla:

- Órganos de Gobierno (vicerrectorados, direcciones generales, etc.)
- Otros (OGC, Biblioteca Universitaria, etc.)

• De la Facultad de Farmacia:

- PDI (Profesores, Becarios de investigación, Profesores visitantes, etc.)
- PTGAS (Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios)
- Estudiantes (Grado, Máster, Doctorado, Títulos propios, Erasmus, Estudiantes extranjeros, SICUE, Convenios internacionales, etc.)

• De la sociedad con vinculación con el Centro:

- Egresados US
- Empleadores
- Alumnos preuniversitarios
- Otros centros educativos (Universidades, Institutos, etc.)
- Usuarios en virtud de convenios.
- Empresas, instituciones, colegios profesionales, organismos públicos, que prestan formación en prácticas.

• De la sociedad en general:

- Empresas
- Instituciones públicas
- Otros Usuarios



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

### 5.2. Tipos de información objeto de comunicación digital

- Normativas
- Política y Objetivos de Calidad
- Manuales de Procedimientos
- Procesos
- Actas
- Formularios
- Indicadores
- Sugerencias/reclamaciones/quejas
- Información sobre instalaciones
- Información recibida desde otras Unidades
- Todo tipo de información relacionada con titulaciones
- Información sobre las actividades desarrolladas en la Facultad
- Noticias y novedades web
- Convocatorias propias del Centro

### 5.3. Medios de comunicación a utilizar

- Web de la Universidad de Sevilla (<https://www.us.es/>)
- Web de la Facultad de Farmacia (<http://farmacia.us.es/portal/>)
- Web de los títulos de grados y másteres  
(<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar>, <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-farmacia-2019>, <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/doble-grado-en-farmacia-y-en-optica-y-optometria-2019>, <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-optica-y-optometria>, <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-especializacion-profesional-en-0>, <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-optometria-y-contactologia> )
- Web de los departamentos que imparten docencia en la Facultad de Farmacia
- Web/blogs personales del PDI, institucionales, de proyectos, grupos, etc.
- Enseñanza virtual (Blackboard Learn, <https://ev.us.es/>)
- TvUS - Televisión Online de la Universidad de Sevilla (<https://tv.us.es/>)
- Correo electrónico (buzonweb, Correo Web Outlook, correos personales)
- Chats/Foros



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

- Pantallas informativas
- Redes sociales (YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn y X)
- RadiUS (<https://radio.us.es/>)
- Binus (<https://binus.us.es/>)

### 5.4. Comunicación interna/externa

Este Plan recoge un doble ámbito de acción:

1) Comunicación Interna en el marco de la Calidad: el Plan de Comunicación Digital de la Facultad de Farmacia define estrategias para que el flujo de comunicación llegue a todos sus miembros, tanto en objetivos y políticas de calidad globales de la Universidad de Sevilla, como a los propios del centro y de las titulaciones que en él se imparten; e igualmente, contempla procedimientos para canalizar hacia su Comisión de Garantía de Calidad las sugerencias o propuestas de mejora que puedan hacerse desde los diferentes grupos de interés (estudiantes, PDI y PTGAS).

2) Comunicación Externa en el ámbito de la Calidad: el Plan adopta igualmente estrategias para garantizar que el flujo de comunicación llegue a los diversos grupos de interés, teniendo en cuenta especialmente a:

- a) Estudiantes, PDI y PTGAS de la Universidad de Sevilla.
- b) Centros, Departamentos y Órganos de la Universidad de Sevilla.
- c) Miembros de la sociedad en general (especialmente la comunidad educativa de ESO, Bachillerato y Formación Profesional, las organizaciones ciudadanas, administraciones públicas, instituciones educativas, colegios y asociaciones profesionales y los empleadores).

Con el objetivo de favorecer la adaptación de la información a las necesidades y expectativas de cada grupo de interés, se lleva a cabo un proceso continuo de revisión y mejora de la Web, diseñando un entorno más claro e intuitivo que permita localizar la información de manera rápida.

### 5.5. Contenidos estratégicos de la comunicación digital

Los servicios centrales de la Universidad de Sevilla a través de los Vicerrectorados de Ordenación Académica, de Proyección Institucional e Internacionalización, de Personal Docente e Investigador, de Transformación Digital, de Investigación y de Estudiantes, se encargan de recopilar y difundir a través de su página Web, de forma centralizada y con un formato común para todos los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla, la



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

información corporativa que se detalla en el PC11 -Procedimiento para la gestión de la Información Pública.

El Centro, por su parte, publica información para los grupos de interés. Al entrar en la web de la Facultad de Farmacia aparece un carrusel con las últimas novedades, así como los enlaces directos a los temas más actuales de la vida académica, y Avisos que facilitan el acceso a la información más relevante.

La información publicada en la web de la Facultad se organiza del siguiente modo:

### BLOQUE 1. Facultad

En este bloque se ofrece información sobre la estructura organizativa, política y estratégica del Centro.

Cuenta con los siguientes apartados:

- 1.1 Presentación, en el que la Decana da la Bienvenida
- 1.2 Órganos de Gobierno, con los miembros del equipo de gobierno
- 1.3 Guía de Facultad, que se actualiza anualmente. Puede consultarse en línea o descargar en formato pdf. Contiene la siguiente información: Presentación, Breve Reseña Histórica, Ficha Técnica de la Facultad de Farmacia, Salidas Profesionales, Planos, Equipo De Gobierno, Junta de Facultad y Comisiones Delegadas ( Miembros de Junta de Facultad, Comisiones Delegadas de Junta de Facultad), Departamentos, Estudiantes (Delegación de alumnos, Aula de cultura), Administración y Servicios (Administración, Secretaría y Decanato, Conserjería, Laboratorios, Animalario, Biblioteca, Área de informática y nuevas tecnologías, Museo de la Farmacia – exposición permanente-), Calendarios y Normas de Matrícula, Acción Tutorial (Tutorías, POAT), Acreditación en competencias lingüísticas, el Defensor Universitario, información académica de las titulaciones de Grado y Doble Grado (estructura del plan de estudios, calendario de exámenes, horarios de clases, profesorado por asignatura, normativas de TFG y Prácticas Tuteladas), información sobre las titulaciones de Máster y sobre prácticas en empresa y programas de Movilidad.
- 1.4 Junta de Facultad, donde se recoge la composición, el Reglamento de funcionamiento, la composición de las comisiones delegadas, y las actas aprobadas.
- 1.5 Normativas, tanto de la Universidad de Sevilla como propias del Centro



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

**Facultad de Farmacia**

- 1.6 Servicios, aparecen los distintos servicios de la Facultad de Farmacia: Información/Conserjería, Secretaría, Administración y Gestión Económica, Área de Informática, Aula Práctica de Farmacia, Laboratorios de Docencia, Biblioteca (CRAI Antonio de Ulloa), Cafetería, Servicio de Quejas/Sugerencias.
- 1.7 Directores y Coordinadores de Área, que dan apoyo a los miembros del equipo de gobierno
- 1.8 Departamentos, con el listado de departamentos que imparten docencia en el Centro y aquellos que están adscritos al Centro.
- 1.9 Institucional: recoge las webs de iniciativas de transferencia y culturales de la Facultad de Farmacia: Museo de Historia de la Farmacia, Cátedra de Optometría Daza de Valdés, El color académico de tu Facultad, APP Multiplataforma “Avenzoar” (Cátedra Avenzoar). Esta sección se actualiza con las iniciativas que se incorporan.
- 1.10 Plan de autoprotección, actualizado, con las instrucciones de seguridad y actuación en caso de emergencia y los planos de evacuación del centro.
- 1.11 Reservas de espacios, donde se muestra la ocupación real de aulas, laboratorios, gabinetes, aulas TIC, y se permite solicitar reservas de aulas o laboratorios para actividades académicas, de investigación o de otra índole.

### BLOQUE 2 Estudios

Con los siguientes apartados:

- 2.1 Estudios de Grado: Grado en Farmacia, Grado en Óptica y Optometría, Doble Grado en Farmacia y Óptica y Optometría. Para cada uno de ellos se recoge información acerca del Plan de estudios, el profesorado asignado a cada grupo de actividad docente, los horarios de teoría y prácticas, el calendario de exámenes, información sobre las prácticas curriculares y otra información específica de interés para el alumnado, dependiendo de cada titulación
- 2.2 TFG, en este apartado se recoge todo lo relativo normativa, calendarios, requisitos para asignación y defensa, matrícula, propuesta de TFG y asignación, criterios de evaluación y documentos; así como los listados de asignación en cada convocatoria.
- 2.3 Prácticas tuteladas, se recoge información sobre PPTT de manera independiente para el Grado en Farmacia, Grado en Óptica y Optometría, Doble Grado en Farmacia y



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

Óptica y Optometría: normativa, guías, profesorado, solicitudes. Asignación de destinos...

2.4 Máster y Doctorado En el apartado Máster se recoge información sobre los títulos de Máster (admisión y preinscripción, horarios, profesorado, comisiones académicas, actas, becas y ayudas), Programas de estudios (estructura, TFM, Calendario de exámenes), Prácticas externas (con los listados de empresas e instituciones colaboradoras), Premio CEOFA.

En el Programa de Doctorado en Farmacia, que depende de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Sevilla (EIDUS), se ofrece la siguiente información, proporcionada y actualizada por el contacto académico del programa en la Facultad.: Presentación (información general, competencias, duración y régimen de permanencia responsable del programa, calidad), Acceso (requisitos y perfil, normas de permanencia, admisión y asignación de tutor y director, matrícula, convocatorias de becas/contratos predoctorales), Actividades (actividades formativas, obligatorias, optativas), Profesorado (profesorado y líneas de investigación, recursos e instalaciones), Organización (compromiso documental, normativa, evaluación y defensa de Tesis), Internacionalización, Actas

### BLOQUE 3 POAT

Recoge toda la información relativa al Programa de Orientación y Acción Tutorial de la Facultad de Farmacia

3.1 Introducción, con la memoria del POAT del curso académico correspondiente

3.2 Objetivos

3.3 Programas, que incluye: Jornada de puertas abiertas, Programa de alumnos tutores, Programa de tutoría integral, Programa de atención a alumnos con necesidades especiales (en colaboración con SACU), Orientación profesional.

3.4 Actividades realizadas

3.5 Memorias por curso académico

### BLOQUE 4 Movilidad

Aparece todo lo relativo al programa de movilidad, tanto de la US como de la Facultad de Farmacia, así como las dobles titulaciones internacionales: Doble Título Internacional de Grado en Farmacia de la Universidad de Sevilla y *Laurea Magistrale in Farmacia*



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

*dell'Alma Mater Studiorum-Università di Bologna*, Doble Título Internacional de Grado en Farmacia de la Universidad de Perugia y la Universidad de Sevilla, Doble Título de Grado en Farmacia de la Universidad de Sevilla y *Laurea Magistrale in Farmacia dell'Università degli Studi di Torino*

También cuenta con los siguientes apartados:

4.1 Proponentes de destinos

4.2 Destinos Erasmus, especificando para cada título del centro

4.3 Destinos SICUE, para los estudios de Grado

4.4 Documentos

Además cuenta con un acceso (código QR) al canal de Whatsapp de movilidad de la Facultad de Farmacia

### BLOQUE 5 Investigación

En el apartado de Investigación se recogen enlaces a las web de la US relacionada con Investigación.

### Bloque 6 Innovación Docente

En el apartado de Innovación y Formación Docente se muestran las principales actuaciones que en materia de innovación y formación realiza el centro. Se localiza así información sobre las acciones formativas ofrecidas al PDI en coordinación con el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla, los Proyectos de Innovación Docente del Centro, los recursos docentes generados, las Jornadas de Innovación Docente de la Facultad de Farmacia y el enlace a webs de interés relacionadas

### BLOQUE 7 Calidad

En el apartado de Calidad se encuentra disponible toda la información relativa a la gestión del Sistema de Garantía de Calidad del Centro y de los títulos, así como el plan de mejora de calidad de los Servicios.

7.1 Sistema de Garantía de Calidad de Centro: incluye, entre otros, la Política de Calidad y Objetivos Estratégicos; Misión, visión y valores; Documentación del SGCC (Manual del Sistema de Garantía de Calidad de Centro, Procesos y Mapa de procesos, Plan de Comunicación Digital), Indicadores y Objetivos de calidad,-CMI- (Incluye los objetivos



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

resultantes del análisis del CMI y el Informe de Despliegue de los Objetivos de Calidad) Comisión de Garantía de Calidad de Centro (composición y actas), Memoria del SGCC y Plan de Mejora de Centro

7.2 Sistema de Garantía de Calidad de los títulos, para cada título del Centro (comisiones, actas, autoinformes de seguimiento, planes de mejora, informes ACCUA, informes OGC-US, Memoria de verificación)

7.3 Calidad de los Servicios, que incluye composición (miembros del PTGAS adscritos al Centro), actas, documentos y compromiso.

En cada una de las páginas hay un apartado de RELACIONADO, donde se recogen los enlaces directamente relacionados con el contenido del apartado en que se encuentra

Al final de cada página hay una relación, siempre fija, de Enlaces rápidos y Perfiles de Usuario (Estudiantes, PDI, PTGAS, Alumni).

Dentro de cada Perfil de Usuario, hay un apartado de “Utilidades” que permite el enlace directo con servicios de la Universidad de Sevilla, como: correo electrónico, enseñanza virtual, guía de facultad, secretaría virtual, enseñanza virtual, automatrícula, ayuda sobre office 365, quejas y sugerencias... dependiendo del perfil al que se acceda.

Dentro del perfil estudiante también hay un listado de enlaces RELACIONADOS de rápido acceso.

Además de la página web, la Facultad de Farmacia utiliza como herramientas de comunicación los siguientes medios:

- Mensajes a listas de distribución de correo electrónico corporativas del centro:

Las listas de distribución que se gestionan en el centro son solo emisoras, y son las siguientes:

- Lista de distribución del PDI
- Lista de distribución del PTGAS
- Listas de distribución de Estudiantes, organizadas por titulación. Existe una lista para todos los alumnos de cada titulación, además dentro de cada titulación hay una lista por curso; otra que incluyen a todos los estudiantes de



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

**Facultad de Farmacia**

nuevo ingreso. También se crean listas de correo con los delegados de grupo y curso, a fin de mantener una comunicación fluida a lo largo del curso.

- Lista de distribución de egresados. Se trata de una lista voluntaria, a la que se invita a suscribirse a todos los estudiantes que egresan de algunas de las titulaciones de la Facultad de Farmacia.

Los emisores institucionales (direcciones de correo electrónico) autorizados en las listas de distribución corporativas son: Decano, Secretario, Vicedecanos, Secretaría del Decanato, Jefa de Secretaría, Gestora de Prácticas y Administradora del Centro.

Existen también grupos de correo gestionados por la secretaria del Centro para hacer llegar información a los Departamentos (grupo de correo de directores y representantes de Departamentos en Junta de Facultad y grupo de correo de gestores de Departamentos).

La gestora de Prácticas Tuteladas dispone de los contactos de los tutores externos de estudiantes en Prácticas en Hospitales, Farmacias, Clínicas, Establecimientos de Óptica y otras empresas colaboradoras. Se realizan grupos de correo para remisión de información relativa a las prácticas aplicando filtros relacionados con el objeto del mensaje (como provincia en la que se sitúa el establecimiento, periodo de estudiante en prácticas, estudiante asignado o no o tipo de establecimiento entre otros).

La gestora de órganos de gobierno dispone también de grupos de correo de las instituciones profesionales (Colegios y Consejos Profesionales, Sociedades Científicas, Asociaciones...) a las que remite información de interés.

El criterio seguido para dar difusión a la información es que esta tenga carácter institucional y afecte al desarrollo académico de los títulos. El envío de información actual y relevante de carácter institucional a los diferentes grupos de interés se realiza siguiendo las recomendaciones de la Normativa general de utilización de los Recursos y Sistemas de Información de la Universidad de Sevilla (<https://osi.us.es/politicas-y-normativas/normativas-de-seguridad-de-la-informacion/normativa-general-de-utilizacion-de-los-recursos-y-sistemas-de-informacion-de-la-universidad-de-sevilla>).

- Cartelería digital. El centro dispone de diversas pantallas situadas en la planta baja y en la segunda planta, junto a la Secretaría, en las que se publica información de interés para los diferentes grupos. Las pantallas ofrecen un carrusel de información de manera ininterrumpida mientras la Facultad permanece abierta. La información se renueva atendiendo a las novedades existentes. El personal del aula de informática es el



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

encargado de publicar en las pantallas la información que los emisores institucionales le remiten. Los emisores institucionales autorizados a publicar información en las pantallas son los miembros del equipo decanal, la responsable de la secretaría del decanato y la administradora del centro.

- Redes Sociales. La Facultad de Farmacia, dispone de un perfil oficial en las siguientes redes sociales:

- Perfil oficial del Centro en Facebook: <https://es-es.facebook.com/fafarsevilla/>
- Perfil oficial del Centro en X: @fafarsevilla
- Perfil oficial del Centro en Youtube: <https://www.youtube.com/facultaddefarmacia>
- Perfil oficial del centro en Instagram:  
<https://www.instagram.com/fafarsevilla?igsh=c2U3OTU0dTc4Z2Nr>
- Perfil oficial del Centro en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/facultad-de-farmacia-universidad-de-sevilla/?viewAsMember=true>

Los responsables del mantenimiento del Canal de Publicación serán los respectivos soportes de cada Canal de Publicación.

Los responsables de publicación de la información son los emisores institucionales autorizados a enviar información a los perfiles corporativos en redes sociales del Centro. A través de estos perfiles se da difusión a actos y eventos socioculturales vinculados al ámbito académico, posibilitando la difusión y transferencia de aquellas realizaciones que permiten una convivencia entre la ciencia, la academia y la sociedad.

Independientemente de la vía que se utilice, para la publicación de información corporativa, será el Centro el que determinará qué usuarios son responsables de la información a publicar (Vicedecanos, Responsables de Administración de Centro, etc.), y serán los encargados de gestionarla teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

- Es indispensable mantener la reputación digital del Centro, es decir, la opinión que el resto de usuarios de los canales digitales de información tienen del Centro emisor. Para ello, la información a publicar debe ser íntegra, actual y veraz, y deben respetarse las normas de comportamiento en Internet o Netiqueta: normas de conducta socialmente aceptables en Internet, que comprende normas de presentación y de comportamiento y formas de expresión aceptadas (“buena educación en Internet”).



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

- Es imprescindible respetar los principios de la seguridad de la información en todos aquellos canales gestionados por la propia Universidad:
  - Confidencialidad (acceso a la información sólo a aquellas personas que están autorizadas)
  - Integridad (mantener la información tal como se generó sin manipulaciones no autorizadas).
  - Disponibilidad (acceso a la información por las personas autorizadas siempre que lo deseen).
  - Autenticación o autenticación (identificación clara del generador de la información).

En aquellos canales de información ajenos a la Universidad de Sevilla (Redes Sociales, uso de plataformas de correo externas, etc.) no se puede garantizar ninguno de estos principios. El mal uso de alguno de estos canales de difusión no serán en ningún caso responsabilidad de la Universidad de Sevilla, recayendo toda responsabilidad en el usuario del mismo.

Debe respetarse en todo momento la **Protección de Datos de Carácter Personal**, cumpliendo en todo caso las leyes vigentes en materia de servicios TIC (Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, LSSI- Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, Esquema Nacional de Seguridad, Esquema Nacional de Interoperabilidad, etc.).

Los técnicos de Apoyo TIC del Centro prestarán la ayuda y asesoramiento necesarios para facilitar a dichos usuarios el acceso y uso de las herramientas para la gestión de la información, no siendo responsables en ningún caso de la publicación de la misma.

El Equipo Decanal del Centro, al menos con periodicidad anual, o de forma puntual según las circunstancias del momento, analiza los datos pertinentes para revisar y actualizar su Plan de Comunicación Digital y determinar qué información publicar, a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública.

## **6. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN**

Se llevará a cabo un seguimiento permanente de la comunicación digital ofrecida por el Centro en las reuniones del Equipo Decanal. Para la medición y el análisis propio de la Universidad se tendrá en cuenta, en todas las titulaciones del Centro, el siguiente indicador contemplado en el SGCT (V.5): 9.1 Acceso a la Información del título disponible en la web y 9.2 Satisfacción sobre la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información, así como los datos recogidos a través de los medios que se detallan en el punto 8 de este Plan referido a la Rendición de cuentas.

## **7. RESPONSABILIDADES**

Equipo Decanal (ED): proponer el contenido de la comunicación digital a publicar, hacia quién va dirigida y el modo de difundir dicha información. Revisar la información publicada y velar por su actualización.

## **8. RENDICIÓN DE CUENTAS**

La rendición de cuentas se lleva a cabo mediante la comunicación, a través de los medios digitales, del contenido detallado en los puntos 5.2. (Tipos de información objeto de comunicación digital) y 5.5. (Contenidos estratégicos de la comunicación digital).

El Equipo Decanal debe velar porque el contenido propuesto cumpla con las características para las que fue creado, y revisa periódicamente la información pública para mantenerla actualizada.

El diálogo con los distintos grupos de interés permite detectar los aspectos que están dando buen resultado y aquellos en los que es preciso plantear acciones de mejora. Este diálogo se desarrolla a partir de distintos mecanismos. Un medio esencial de intercambio de valoraciones son las reuniones que se producen en el desarrollo cotidiano de la actividad del Centro y que afectan especialmente a estudiantes, PDI y PTGAS. Resultan esenciales igualmente los mecanismos de comunicación mencionados en el punto 5.3 (Medios de comunicación a utilizar), concretamente aquellos que permiten un *feedback* y seguimiento. En este sentido, los correos emitidos por los distintos grupos de interés al equipo de decanato permiten analizar el grado de satisfacción de los contenidos y distribución de las informaciones de la web de la Facultad. Además, el Buzón electrónico de Quejas, Sugerencias, Felicidades e Incidencias de la Universidad de Sevilla, Expon@us, enlazado a través de nuestra Web, es un medio de recopilación de



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

informaciones sobre la satisfacción con respecto a la actividad académica y servicios de la Universidad, y en este caso, concretamente sobre nuestro Centro.

También está disponible la dirección de correo [comunicacionfarmacia@us.es](mailto:comunicacionfarmacia@us.es), que permite a los distintos grupos de interés el envío de diferentes asuntos para publicar en los distintos medios de que dispone el Centro, facilitando así su difusión

Por otro lado, se utiliza la información que permiten las Redes Sociales de la Facultad, en cada una de las cuales se encuentra especialmente representado un grupo de interés (en Facebook el PDI veterano, en X el PDI más novel, en YouTube e Instagram tanto profesorado como estudiantes, y en LinkedIn el PDI, estudiantes, colegios farmacéuticos, colegios de ópticos y optometristas, empresas del sector, otras universidades y profesionales de la industria). Así, las interacciones que produce cada publicación en cada uno de estos medios permiten estimar el interés que genera cada tipo de información. El crecimiento o no del número de seguidores en cada medio es igualmente indicativo de ese interés y, en último término, del correcto funcionamiento de estos canales comunicativos. Ofrecen también un medio de diálogo directo a través de las consultas y sugerencias que permiten sus funcionalidades de comentario y mensaje.

En tercer lugar, el correo electrónico es otro mecanismo de diálogo frecuente con y entre los distintos grupos de interés.

Los mecanismos aludidos (reuniones informales, web del centro, redes sociales, correo electrónico) permiten, en definitiva, mantener un flujo comunicativo constante que favorece la identificación de aspectos sobre los que proponer acciones de mejora, tanto para el correcto funcionamiento del Centro en su conjunto, como en relación con los procedimientos de comunicación e información pública dirigida a los distintos grupos de interés.

Paralelamente, la Facultad está continuamente en proceso de revisión de la WEB con el fin de poder mantener la información debidamente actualizada.

Además, anualmente se procederá por parte del equipo decanal a la elaboración de una Memoria del Centro que versará sobre las acciones más relevantes llevadas a cabo durante el curso anterior, de la que se informará en Junta de Facultad y a la que se le dará difusión

### ANEXO: RESUMEN DE ACTIVIDADES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

#### ACTIVIDAD 1: PUBLICACIÓN EN PORTAL WEB DEL CENTRO

##### Objetivo

Publicación de información de interés en el portal Web del Centro

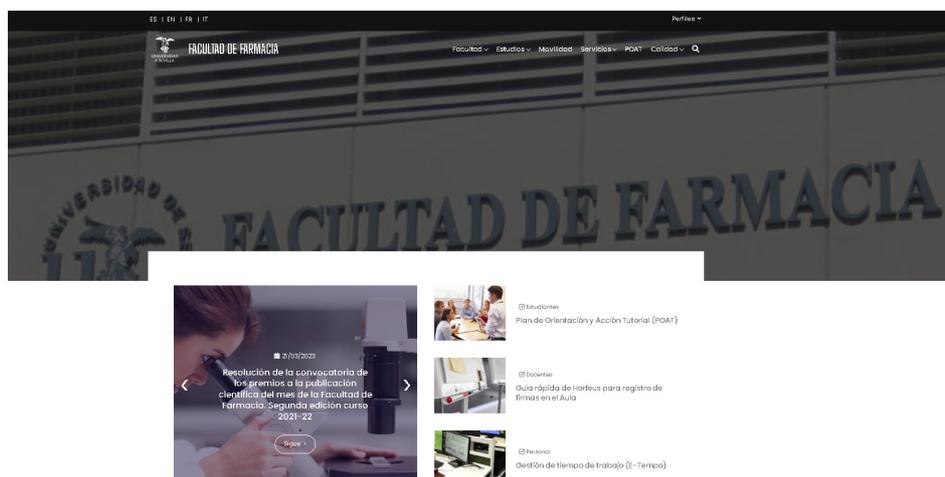
##### Destinatarios

Toda la comunidad universitaria con acceso Web

##### Canal de Publicación

Software de edición web

<http://farmacia.us.es/portal/>



#### Responsables del mantenimiento, administración y soporte en el uso del Canal de Publicación

- Personal de Apoyo TIC de la Facultad de Farmacia
- Responsables de publicación de la información

#### Emisores institucionales autorizados en el gestor de contenidos:

- Decana.
- Vicedecanos/as
- Responsable de Secretaría
- Administradora de Gestión
- Gestor/a de ordenación académica.
- Técnicos/as de informática del Centro.



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

### **Procedimiento de publicación:**

El proceso de publicación de una información, ya sea creación de nuevo contenido o actualización de un contenido ya existente, se lleva a cabo de la siguiente manera:

La publicación puede conllevar la alteración estructural de la página web del Centro (todo aquello que implique creación de nuevos menús, creación de nuevos ítems en un menú existente o inserción de banners en alguna zona de la página), o incluir información nueva o actualizada dentro de la estructura ya establecida.

La publicación es llevada a cabo por los responsables del mantenimiento, administración y soporte en el uso del canal de comunicación (Personal de Apoyo TIC).

El procedimiento para ello es el envío detallado, por parte de los emisores institucionales, de la información a publicar y dónde se va a publicar (qué menú, qué posición dentro de ese menú, etc.) mediante correo electrónico a los responsables de administración de la web. En caso de que la información incluya algún archivo deberá adjuntarlo en dicho correo, en el formato que corresponda.

La generación de nuevos artículos, tales como noticias, se realiza mediante el mismo procedimiento.

### **Periodicidad**

Existen contenidos claramente vinculados con alguna fecha, como por ejemplo aquellos orientados a información relevante al inicio del curso académico, información relevante a la matriculación, calendario de exámenes, etc.

Para este tipo de contenidos, la periodicidad de publicación será anual.

Para cualquier otro tipo de contenidos, la información se publicará cuando se genere el interés para su difusión en la web.

## **ACTIVIDAD 2: ENVÍO DE MENSAJES A LISTAS DE DISTRIBUCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO CORPORATIVAS DEL CENTRO**

### **Objetivo**

Distribución de correos electrónicos con información de interés a usuarios suscritos a listas institucionales del Centro.

### **Destinatarios**

Suscriptores de las listas de distribución Temáticas-Autogestionables del Centro.

### **Canal de Publicación**



# PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

Servicio de listas de distribución Temáticas-Autogestionables de la US (herramienta Mailman).

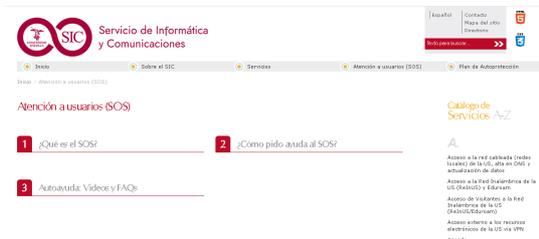
<https://sic.us.es/servicios/correo-electronico/listas-de-distribucion>



## Responsables del mantenimiento del Canal de Publicación

Servicio de Informática y Comunicaciones

<https://sic.us.es/atencion-usuarios-sos>



## Responsables del soporte en el uso del Canal de Publicación

Decano/a.

Vicedecanos/as

Administradora

Secretaría del Centro

Secretaria de Decanato

## Responsable de la administración del Canal de Publicación

Administradores Web institucionales de las listas de distribución corporativas del Centro:

Administrador/a

## Responsables de publicación de la información



## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

Emisores institucionales (direcciones de correo electrónico) autorizados en las listas de distribución corporativas del centro:

Decana (Secretaría del Decanato (secredefar@us.es)

Administración del Centro (faradmin@us.es)

Secretaría del Centro (farmasecre@us.es)

Vicedecano de Infraestructuras y Equipamiento (infraestructura-farm@us.es)

### **Permisos de emisión a las listas de distribución:**

Decano/a (decanafarmacia@us.es).

Vicedecano de Ordenación Académica (ordenacfarmacia@us.es)

Vicedecana de Relaciones Internacionales, Investigación y Transferencia (jmorales@us.es)

Vicedecana de Prácticas Tuteladas e Innovación Docente (hidalgosanz@us.es)

Vicedecano de Estudiantes (dgpraena@us.es)

Vicedecana de Calidad (perales@us.es)

Secretario (antonioramos@us.es)

**Procedimiento de publicación:** envío de un correo desde un remitente autorizado a la lista corporativa del centro. (Las listas de distribución que se gestionan en el Centro son sólo emisoras).

### **Periodicidad**

Cuando se genere información de interés para su difusión a través de las listas.

## **ACTIVIDAD 3: PUBLICACIÓN DE NOTICIAS DEL CENTRO**

### **Objetivo**

Publicación de noticias de interés para los usuarios del Centro.

### **Destinatarios**

Usuarios lectores de noticias en canales digitales de anuncios.

### **Canal de Publicación**

Boletín de la US (BINUS)

<https://binus.us.es/>



# PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia



Tablones de Anuncios del Portal de la US

Tablón de Anuncios Generales

Tablón de Anuncios Académicos

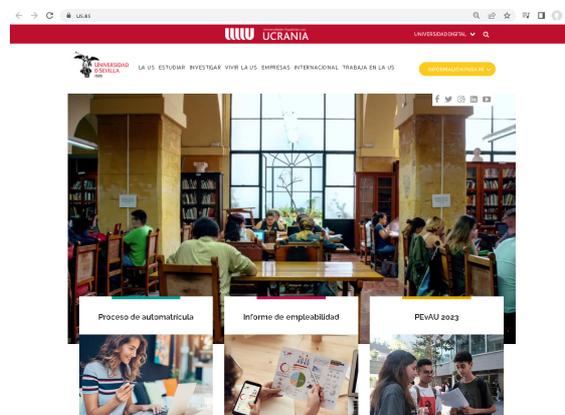
Tablón Virtual de la US (App web para la difusión y notificación de los tablones físicos de los centros)

<https://www.us.es/tablon-virtual>



Noticias del Portal Web de la US

<http://www.us.es>





## PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Facultad de Farmacia

### **Responsables del mantenimiento y administración del Canal de Publicación**

BINUS: Gabinete de Comunicación de la US ( binus@us.es )

### **Responsables de publicación de la información**

Emisores institucionales autorizados a publicar noticias:

Decana y Vicedecanatos

Jefatura de Secretaría

Administración de Gestión del Centro

### **Periodicidad**

Cuando se generen noticias de interés para el Centro.

## **ACTIVIDAD 4: CARTELERÍA DIGITAL**

### **Objetivo**

Publicación de información de interés para el Centro en pantallas informativas.

### **Destinatarios**

Usuarios presenciales del Centro.

### **Canal de Publicación**

Pantallas informativas ubicadas en el Centro con un software de publicación de información.

### **Responsables del mantenimiento y administración del Canal de Publicación**

Encargado de Equipo de Medios del Centro.

Decana y Vicedecanatos

### **Responsables del soporte en el uso del Canal de Publicación**

Encargado de Equipo de Medios del Centro.

### **Responsables de publicación de la información**

Emisores institucionales autorizados a publicar información en las pantallas:

Decana

Vicedecanatos.

Secretaría del Decanato.

Administración de Gestión del Centro.

### **Periodicidad**

Carrusel de información activo de 8h a 22h de lunes a viernes.

**ACTIVIDAD 5: PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA EN REDES SOCIALES A APLICACIONES DE MENSAJERÍA****Objetivo**

Distribución de información de interés del centro a través de Redes Sociales.

**Destinatarios**

Seguidores de los Perfiles Corporativos del Centro creados en las Redes Sociales.

**Canal de Publicación**

Perfil oficial del Centro en Facebook: <https://es-es.facebook.com/fafarsevilla/>

Perfil oficial del Centro en X: @fafarsevilla

Perfil oficial del Centro en Youtube: <https://www.youtube.com/facultaddefarmacia>

Perfil oficial del Centro en Instagram:

<https://www.instagram.com/fafarsevilla?igsh=c2U3OTU0dTc4Z2Nr>

Perfil oficial del Centro en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/facultad-defarmacia-universidad-de-sevilla/?viewAsMember=true>

**Responsables del mantenimiento del Canal de Publicación**

Los respectivos soportes de cada Canal de Publicación.

**Responsables del soporte en el uso del Canal de Publicación**

Decana

Vicedecanatos

**Responsable de la administración del Canal de Publicación**

Administradores institucionales de los diferentes perfiles corporativos en redes sociales del Centro (rol de “community manager”).

**Responsables de publicación de la información**

Emisores institucionales autorizados a enviar información a los perfiles corporativos en redes sociales del Centro

**Periodicidad**

Cuando se genere información de interés para su difusión a través de los perfiles, tratando que la periodicidad de publicación sea entre tres y cinco entradas semanales en cada uno de los canales.