



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

GIZARTE
ETA KOMUNIKAZIO ZIENTZIEN
FAKULTATEA
FACULTAD
DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA COMUNICACIÓN



Facultad de
Ciencias Sociales
y de la Comunicación

PLAN DE COMUNICACIÓN

www.ehu.eus/gkz-csc

Índice

Introducción	pág. 3
Contexto: La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	pág. 5
Metodología del plan	pág. 7
Definición de objetivos generales y específicos	pág. 10
Grupos de interés SIGC	pág. 11
Plan de acciones	pg. 12
Seguimiento y control del plan	pág. 36

INTRODUCCIÓN



Este plan de comunicación tiene por misión dotar a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de un sistema de comunicación propio que permita difundir su misión, sus valores, su identidad y su imagen corporativa, facilitando la gestión de todos los contenidos dirigidos a sus diferentes públicos objetivos y proponiendo un sistema comunicativo abierto a la participación, al diálogo y a la transparencia. Disponer de una estrategia y un plan de comunicación es fundamental para una organización, ya que, como centro público, debemos “contribuir a la difusión del conocimiento cultural, científico y técnico”, tal y como consta en el nuevo plan estratégico de la UPV/EHU. En este sentido, la comunicación, con el conjunto de sus herramientas y técnicas, es uno de los pilares básicos de la transferencia del conocimiento a una sociedad. Es nuestra obligación hacer saber a la sociedad y a los distintos públicos objetivos los logros, la capacidad productiva e investigadora, la función formativa y docente y cualquier contenido informativo necesario para el funcionamiento del centro. Debemos contar lo que somos y lo que hacemos, y cómo invertimos los recursos económicos y humanos que son públicos y que la sociedad nos facilita.

La comunicación nos permite generar flujos de información, crear opinión pública y establecer cauces de comunicación interna y externa con nuestra audiencia objetiva, que vienen marcados en nuestro plan estratégico de centro. De esta forma, toda la comunidad universitaria puede participar compartiendo contenidos y conocimientos.



Este plan de comunicación se inscribe dentro del Plan Estratégico 2022-2026 de nuestra facultad y recoge de forma estructurada y ordenada las acciones de comunicación fundamentales que se derivan del desarrollo de los procedimientos del Sistema de Garantía Interno de Calidad. Se debe a un conjunto variado de grupos de interés, tanto internos (estudiantes, PAS, PDI) como externos (egresados, empleadores, futuro estudiantado, organismos públicos y privados, medios de comunicación y sociedad en general).

El conjunto de herramientas de la comunicación nos va a permitir rendir cuentas a los diferentes grupos de interés compartiendo los valores de la institución para cumplir con sus funciones en aras de una responsabilidad social corporativa.

Para cumplir con estos objetivos es necesario desarrollar un plan que ayude a organizar y a orientar todas las actividades hacia una buena comunicación. Debe ser el marco que encuadre y coordine la comunicación interna y externa de la Facultad.

En septiembre de 2022 ha sido aprobado el Plan Estratégico para el periodo 2022-2026. En consecuencia, esta propuesta debe ser coherente con la nueva definición de la misión, visión y valores de la Facultad, desarrollando los objetivos y acciones relacionados con la comunicación que se definen en el mismo de forma coordinada. EMAN TA ZABAL ZAZU. Este eslogan de marca refleja el espíritu de este plan de comunicación.



CONTEXTO

La Facultad de Ciencias Sociales
y de la Comunicación



La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación se creó oficialmente el dos de octubre de 1981, recibiendo, en esos inicios, la denominación de Facultad de Ciencias de la Información del País Vasco. Antes de que se constituyera de forma oficial, dio sus primeros pasos al amparo de la Universidad Autónoma de Barcelona (Bellaterra). Con la complicidad de la universidad catalana, la iniciativa de un grupo de estudiantes y profesores que soñaban con poder tener una facultad de periodismo propia, comenzó a germinar en octubre de 1977, en las aulas de la Facultad de Medicina cedidas por la Universidad Autónoma de Bilbao. En aquellos tiempos ilusionantes se popularizó un lema que sirvió para promover esa Facultad incipiente: "Euskadik euskal informatzaileak behar ditu". En efecto, Euskal Herria necesitaba informadores e informadoras profesionales en castellano y, sobre todo, en euskera. En 1981 se publicaba por fin la constitución oficial de esta Facultad en el Boletín Oficial del Estado.

La vocación clara de esta Facultad y sus personas por crecer y contribuir a las necesidades y demandas de formación y generación de conocimiento de la sociedad vasca tuvo un segundo hito en el curso 1988-89 cuando a iniciativa del equipo decanal, se propició la incorporación de los estudios de Sociología y Ciencia Política. Pasó a ser una Facultad mixta que integraba las dos áreas de conocimiento y se denominó Fac. de Ciencias Sociales y de la Información. Mientras, en los estudios de Periodismo se iba constatando la demanda y el interés creciente por las especializaciones en estudios de Publicidad y estudios de imagen y cine que se ofertaban en el segundo ciclo del plan de estudios de Periodismo. A partir del curso 1995-96, comenzaron a impartirse las licenciaturas en Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual. Asimismo, los estudios de Sociología y Ciencia Política se diferenciaron, ofertándose como titulaciones de cuatro años.

Aquella Facultad incipiente es a día de hoy un centro que integra 5 grados, 3 dobles grados, 10 másteres oficiales, 2 títulos propios y posgrados y 5 programas de doctorado y alberga a 27 grupos de investigación. Mantiene colaboración estrecha con instituciones y entidades relevantes en el ámbito de la información y la comunicación audiovisual y de la sociedad en general, rozando los 700 convenios en prácticas de colaboración.



Tiene el sello de mención dual en los cinco grados y el sello de itinerario de internalización en el grado de Comunicación Audiovisual. Es el tercer centro de la UPV/EHU en número de alumnado en movilidad y ha incrementado en un 47% su oferta en lengua extranjera en el último trienio. Se sitúa como una oferta pública de conocimiento y formación de referencia en el marco de la comunidad autónoma y su entorno más cercano, siendo en la CAPV la única oferta formativa en las tres titulaciones del área de ciencias sociales (Ciencia Política y Gestión Pública, Sociología y el Doble Grado de ambas).

La cultura y el espíritu de la mejora y la innovación de sus personas han hecho de esta Facultad lo que es actualmente. Un esfuerzo que ha recibido el reconocimiento en forma de premio de diversas agencias de calidad del ámbito universitario (AUDIT), de la gestión (EUSKALIT "A PLATA") y del euskera (Bikain plata), así como de diversas entidades de la comunicación (Por ejemplo, Rikardo Arregi Saria, Euskal kazetarien Saria o Premio a la Excelencia de Radio Bilbao/Cadena SER).



METODOLOGÍA DEL PLAN



3.1. Diagnóstico de la situación y análisis DAFO.

A partir del análisis de los indicadores del SGIC (Sistema de Garantía Interno de Calidad) del centro, el equipo decanal ha elaborado un diagnóstico de la situación para la comunicación de la Facultad. En los últimos mandatos hemos mejorado la comunicación interna y externa de la facultad ayudados por el plan de comunicación de la UPV/EHU pero siempre queda trabajo por hacer y por mejorar. Se hace necesario reforzar la estructura de comunicación del centro para responder con agilidad a las nuevas exigencias de nuestro entorno, que cada vez son mayores y más variadas. Un plan de comunicación es una guía que nos va a permitir tomar decisiones para conseguir un buen posicionamiento y para establecer buenas relaciones con nuestro entorno.

Para ello, es fundamental acercarnos a la sociedad vasca, mejorar relaciones con los empleadores, impulsar la imagen y el posicionamiento en los medios de comunicación de nuestro entorno. Además, debemos aumentar la cohesión interna entre los distintos colectivos de la facultad y fomentar el sentimiento de pertenencia y orgullo hacia nuestra facultad. Respecto a la oferta formativa del centro, nuestro reto es promover de forma eficaz los estudios de grado y posgrado que ofrecemos y la imagen innovadora y atractiva de la Facultad.

Para acercarnos a estas y otras necesidades reales a las que se enfrenta el centro en materia de comunicación se ha procedido a realizar un análisis DAFO que ha dado como resultado más de 30 supuestos, con un equilibrio entre las fortalezas y debilidades, así como entre las amenazas y oportunidades. Ese análisis se ha tenido en cuenta en el posterior proceso de elaboración de las acciones.

3.2. Análisis del plan estratégico del centro.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación ha culminado recientemente el proceso de elaboración de su Plan Estratégico para el periodo 2022-2026. Es el tercer plan desarrollado en la institución y fortalece una gestión enfocada en la calidad y la mejora continua. El informe describe el proceso seguido para llevar a cabo la reflexión estratégica de la facultad, así como las conclusiones alcanzadas en cada una de las etapas que conformaron dicho proceso. Tal y como se recoge el Plan Estratégico, "en línea con el plan trazado desde

la UPV/EHU y de las evaluaciones recibidas en materia de gestión, se plantea la comunicación como un eje transversal tanto para mejorar la comunicación interna en el centro como para mejorar la proyección de la actividad del centro en la sociedad." El objetivo número 8, dentro del eje estratégico dedicado a la Gobernanza, implica como acción "definir e implantar un plan de comunicación interna y externa". Dicho plan debe ajustarse al objetivo fundamental de establecer una adecuada estrategia de comunicación y, por tanto, debe ser una herramienta que posibilite la reflexión, la estructuración, la sistematización, la coordinación, el intercambio y la programación de las labores a llevar a cabo en el campo de la comunicación. No se concibe la puesta en marcha de un Plan de Comunicación sin tener en cuenta el Plan estratégico del centro, ya que este contempla 8 objetivos relacionados directamente con el eje transversal ligado a la comunicación. De hecho, las aportaciones realizadas en la metodología del Plan Estratégico en materia de comunicación por parte de los grupos de interés del centro han sido fundamentales en la elaboración de este documento.



Ejes Estratégicos. Plan Estratégico 2022/26.



Ejes Transversales. Plan Estratégico 2022/26.

3.3. Análisis del plan de comunicación de la UPV/EHU.

Considerando que un plan de comunicación debe posibilitar la reflexión, la estructuración, la sistematización, la coordinación, el intercambio y la programación de las labores a llevar a cabo en el campo de la comunicación, se torna fundamental establecer el contexto y la misión concreta del mismo. En este caso, la estrategia de comunicación de la Facultad necesita ir acompañada con el propio plan de la Universidad a la que pertenece, y analizar para ello los objetivos y las acciones que han sido establecidos por esta.

El nuevo Plan Estratégico de la UPV/EHU 2022-2025 reconoce explícitamente la importancia de la comunicación y muestra el compromiso de la comunidad universitaria al considerar esta área en todos y cada uno de los cinco ámbitos estratégicos de acción, tanto actuales como futuros, de nuestra universidad. Dicho Plan Estratégico establece cinco áreas clave: Educación, Investigación y Transferencia de Conocimiento, Cultura y Sociedad, Personas, y Gobernanza y Recursos. Además, se identifican cuatro ejes transversales importantes: Internacionalización, Transformación Digital, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y Comunicación. Este último eje, es considerado de gran trascendencia por la importancia que se le otorga al compromiso de mantener cauces efectivos y estables de comunicación con los diversos públicos de interés a los que la universidad debe su servicio y su misión.

De hecho, tal y como se recoge en el documento, “la comunicación juega un papel fundamental en la UPV/EHU. Es tiempo de establecer cauces de diálogo permanente y de comunicación externa con nuestro entorno socioeconómico y cultural, diálogo en el que debe colaborar toda la comunidad universitaria, compartiendo con la sociedad el conocimiento generado en su seno. En este contexto, es fundamental (también) establecer mecanismos de comunicación interna que permitan flujos de información estables y fluidos”.

El análisis de la estrategia de comunicación de la UPV/EHU permite a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación poner el foco en los objetivos pertinentes, evitando la duplicidad de acciones. No se trata de descartar las acciones que ya son llevadas a cabo por el plan general, sino de tenerlas en cuenta para poner el foco en acciones complementarias a las que ya se están cubriendo. El plan de comunicación del centro se concibe, por tanto, como una hoja de ruta que complementa la estrategia general. Hay que tener en cuenta que gran parte de las acciones planteadas en la estrategia de comunicación de la UPV/EHU tienen por objetivo públicos receptores comunes con las Facultad (sociedad vasca en general, personal de los centros, futuro alumnado...) y son llevadas a cabo de manera centralizada.

3.4. Puesta en común con personal experto del centro.

Se ha considerado fundamental poner en común la estrategia de comunicación del centro con personal docente e investigador experto en estrategias y planes de comunicación. Dicho personal ha realizado un feedback de evaluación con sugerencias de mejora. Posteriormente se ha establecido un contraste entre el análisis de la propuesta inicial por parte de tres representantes del equipo decanal (vicedecana de comunicación y proyección social, vicedecano de calidad y planificación estratégica, y vicedecano de prácticas y orientación laboral) y por un técnico del centro, y las aportaciones realizadas por las personas expertas. Finalmente, el prototipo del plan se ha subsanado y modificado teniendo en cuenta dicho análisis de contraste y las aportaciones y sugerencias recibidas.



DEFINICIÓN DE OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Los Objetivos Generales del Plan de Comunicación (OGPC) son el resultado de la estrategia metodológica que ha tenido en cuenta el diagnóstico de la situación actual del centro, un análisis del DAFO, el plan estratégico del centro y el plan de comunicación de la UPV/EHU. De los Objetivos Generales derivan 7 Objetivos Específicos del Plan de Comunicación (OEPC).

Objetivo General 1. Promover la transferencia y la imagen de la Facultad en la sociedad.

- 1.1. (OEPC1.1.) Consolidar la facultad como un referente social y cultural en el propio entorno de Leioa y en la sociedad vasca en general.
 - 1.2. (OEPC1.2.) Mejorar la visibilidad de la investigación del centro en la sociedad, tanto en el entorno más cercano como en el ámbito internacional.
-

Objetivo General 2. Promover la oferta formativa y orientadora del centro.

- 2.1. (OEPC2.1.) Atraer a futuro alumnado gracias a difusión efectiva de la oferta de Grado y Posgrado.
 - 2.2. (OEPC2.2.) Ofrecer un buen servicio de orientación universitaria.
 - 2.3. (OEPC2.3.) Poner en valor en la sociedad la oferta formativa del centro.
-

Objetivo General 3. Impulsar una comunicación interna que fomente la transparencia, la buena convivencia y el sentido de pertenencia a la Facultad.

- 3.1. (OEPC3.1.) Garantizar entre los diversos colectivos del centro una comunicación interna efectiva.
- 3.2. (OEPC3.2.) Promover un buen clima laboral y el sentimiento de pertenencia al centro.



GRUPOS DE INTERÉS SIGC

Los objetivos generales y específicos de la comunicación que derivan del plan estratégico de la facultad y del sistema de garantía de calidad del centro se proponen para atender tanto la comunicación interna como la comunicación externa. Los objetivos de comunicación interna y externa son especificados para cada grupo de interés y por ello tanto las herramientas como los contenidos se diferencian en un plan estratégico de comunicación.

Para la propuesta de un plan de comunicación y el diseño de acciones de comunicación es necesario considerar los grupos de interés definidos por el SGIC del centro y tener en cuenta los objetivos específicos para cada grupo de interés.

Futuro estudiantado	Externo
Entidades empleadoras y profesionales	Externo
Medios de Comunicación	Externo
Orientadores/as de centros de Bachillerato	Externo
Egresados/as	Externo
Sociedad	Externo
Estudiantado	Interno al centro
PAS	Interno al centro
Comunidad Facultad (PDI, PAS y estudiantado del centro)	Interno al centro
Personal Docente e Investigador	Interno al centro
Equipo de Dirección del centro	Interno al centro
Oficina de Comunicación de la UPV/EHU	Interno a la UPV/EHU
Rectorado	Interno a la UPV/EHU



PLAN DE ACCIONES

Tras la detección de objetivos y grupos de interés marcamos las acciones que se van a desarrollar en el periodo 2023-2026. Las acciones se han agrupado de forma ordenada dependiendo del objetivo prioritario al que pertenecen, pero vinculándose a otros objetivos del propio plan de comunicación, así como del Plan estratégico del centro. Además, también se especifica la estrategia de la acción, los públicos objetivos a los que va dirigida, la evaluación de resultados y la persona o el colectivo responsable y la fecha de ejecución.

En este apartado se enuncian, por tanto, las 37 acciones propuestas que contiene este Plan de Comunicación 2023-2026, agrupadas en base a los tres objetivos generales.

Objetivo General 1. Promover la imagen de la Facultad en la sociedad como un centro de referencia.

1.1. (OEPC1.1.) Consolidar la facultad como un referente social y cultural en el propio entorno de Leioa y en la sociedad vasca en general.

ACCIÓN	1.1.1. Facilitar que entidades externas participen en actividades, jornadas y presentaciones, involucrándose en el desarrollo formativo y cultural del centro y promoviendo la transferencia.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC.2.3.
ESTRATEGIA	Promover encuentros y colaboraciones sectoriales/culturales con Medios de Comunicación y con entidades como DEMA, BIME, ZITEK, Asociaciones, Festivales, Tabacalera, Museos, Ayuntamientos, otros (Alhóndiga, Bilbao Arte, etc.).
PÚBLICOS OBJETIVOS	Entidades empleadoras.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de encuentros y colaboraciones con entidades colaboradoras.
RESPONSABLE/S	Vicedecanato de Comunicación y Vicedecanato de Planificación Estratégica y Calidad.
FECHA	Mes indiferente. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 4. Fomentar las redes de colaboración y las alianzas con el entorno profesional y social.

ACCIÓN	1.1.2. Fortalecer el canal comunicativo entre el gabinete de comunicación y nuestra dirección de comunicación para generar alianzas.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC.2.1
ESTRATEGIA	Con el fin de conseguir cobertura mediática relacionada con el centro, trasladar a la oficina de comunicación periódicamente información relevante. Por ejemplo: Avances relacionados con el aula empresa, trabajos de investigación, agendas relativas a congresos y jornadas académicas organizadas por personal del centro, agenda de eventos y charlas, premios recibidos por alumnado, repercusión social por menciones o méritos del PDI o alumnado, etc. Solicitar al gabinete un informe sobre la presencia de la Facultad en los medios de comunicación (anual).
PÚBLICOS OBJETIVOS	Oficina de Comunicación de la UPV/EHU.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Evaluación cualitativa de aciertos, errores y/o incidencias en reunión anual de la comisión de seguimiento.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Mes indiferente. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / Mejorar la comunicación y Proyección de la actividad del centro: presencia de la Facultad en el tejido social.

ACCIÓN	1.1.3. Concienciar periódicamente al PDI sobre la importancia de trasladar a Comunicación la información relativa a eventos/charlas/jornadas organizadas por dicho colectivo.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC3.1. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Establecer como condición fundamental la tarea de difusión de eventos/charlas/conferencias al personal que solicita ayudas de la Facultad para actividades culturales. Se trasladará la necesidad de cumplir con ese compromiso a través del comunicado de la concesión de la ayuda, así como en un mensaje de correo electrónico recordatorio.
PÚBLICOS OBJETIVOS	PDI.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de eventos y jornadas difundidas mediante la agenda de la página web.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Octubre y febrero. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 5. Mejorar la comunicación y Proyección de la actividad del centro: presencia de la Facultad en el tejido social.

ACCIÓN	1.1.4. Mantener una imagen actualizada en las redes sociales.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC2.1. / OEPC2.3. / OEPC OEPC3.1. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Trasladar a los/las técnicos/as multimedia imágenes de carteles anunciadores, imágenes de eventos, contenidos promocionales, campañas, etc. Recordar periódicamente al PDI la importancia de enviar imágenes de eventos ya ejecutados.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad del centro, Sociedad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Informe de audiencias (estadísticas, impresiones) en redes sociales.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. ENTORNO Y SOCIEDAD.

1.2 Mejorar la visibilidad de la investigación y transferencia del centro en la sociedad, tanto en el entorno más cercano como en el ámbito internacional.

ACCIÓN	1.2. Difundir aportaciones de grupos de investigación.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC3.1. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Proponer a los grupos de investigación de la facultad que pongan en conocimiento del centro las contribuciones relevantes que puedan ser difundidas en medios de comunicación. Publicación de la memoria anual de investigación y actualización del apartado de investigación en la web (Anual).
PÚBLICOS OBJETIVOS	Sociedad, Oficina de Comunicación de la UPV/EHU.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de contribuciones recibidas.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Calidad. Vicedecanato de Comunicación .
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 4. ENTORNO Y SOCIEDAD.

ACCIÓN	1.2.2. Difundir los avances académicos, sociales y de transferencia relacionados con el aula empresa.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC3.1. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Trasladar a la oficina de comunicación los beneficios, avances y novedades del proyecto. Difundir estos avances entre el PDI y estudiantado mediante mensajes informativos.
PÚBLICOS OBJETIVOS	PDI, estudiantado, Vicerrectorado de Transferencia, sociedad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de noticias web y mensajes informativos.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación Vicedecanato de Planificación Estratégica y de Calidad, Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Junio 2024-2025-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 4. Fomentar las redes de colaboración y las alianzas con el entorno profesional y social.

Objetivo General 2.

Promover la oferta formativa y orientadora del centro.

2.1. (OEPC 2.1.) Consolidar la facultad como un referente social y cultural en el propio entorno de Leioa y en la sociedad vasca en general.

ACCIÓN	2.1.1. Promover la oferta formativa del centro en la Jornada de Puertas Abiertas.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2.
ESTRATEGIA	Involucrar al colectivo PDI para ofrecer atractivas sesiones informativas sobre los grados. Involucrar al mismo tiempo al colectivo PAS para una buena logística organizativa de la jornada.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Informe de valoración del SOU (Servicio de Orientación Universitaria).
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación Vicedecanato de Planificación Estratégica y de Calidad, Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Meses de enero, febrero y marzo. 2022-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado / 2. Mejora oferta posgrado.

ACCIÓN	2.1.2. Impulsar la atracción hacia la oferta formativa del centro mediante las Actividades Prácticas para estudiantado de bachiller.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2.
ESTRATEGIA	Involucrar al colectivo PDI para ofrecer atractivas sesiones prácticas relacionada con los grados. Involucrar al mismo tiempo al colectivo PAS para una buena logística-organizativa de la jornada.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Informe de valoración del SOU.
RESPONSABLE SOU	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Meses de enero, febrero y marzo. 2022-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado / 2. Mejora oferta posgrado.
ACCIÓN	2.1.3. Acometer acciones de difusión sobre la Master Week organizada por el Vicerrectorado de Posgrado.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Difusión en redes sociales, mailing, pantallas y web.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado (principalmente del 4º curso), egresados/as.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Evaluación cualitativa y/o cuantitativa por parte de la dirección de posgrado.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Marzo. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 2. Mejora oferta posgrado.

ACCIÓN	2.1.4. Organizar una campaña propia para la difusión de la oferta de másteres.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC3.1..2.
ESTRATEGIA	Reforzar la difusión de másteres que se realiza desde posgrado con la canalización de una efectiva promoción de nuestra oferta a estudiantado potencial de cuarto curso. Para ello, organizar charlas y sesiones informativas sobre la oferta de másteres en los periodos de inscripción. Hacer campaña de difusión en todos los canales. Título "Gure Masterrak".
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado (principalmente del 4º curso), egresados/as.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de asistentes a las charlas informativas.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Mayo. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado / 2. Mejora oferta posgrado.
ACCIÓN	2.1.5. Revisión, recuento y/o renovación periódica de los folletos promocionales de los grados.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.2. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Realizar un recuento de cantidad de ejemplares al finalizar cada curso. Ejecutar las novedades y correcciones pertinentes en el formato digital (cualquier mes del año).
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Constatación de la acción realizada.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Julio. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado.

ACCIÓN	2.1.6. Renovación del banco de fotografías de la Facultad con fines promocionales.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.2. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Organizar sesiones de fotografías con estudiantado y PDI colaborador para disponer de un amplio banco de fotografías que puedan usarse en las publicaciones de la web, redes sociales, y material promocional en general.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Técnicos/as multimedia, vicedecanato de comunicación, Oficina de Comunicación de la UPV/EHU.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de fotografías nuevas obtenidas Identificación de carencias temáticas para futuras sesiones.
RESPONSABLE SOU	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 4. ENTORNO Y SOCIEDAD.
ACCIÓN	2.1.7. Renovación/elaboración de videos promocionales.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.2. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Realización de videos sobre la facultad en general y sobre cada grado en particular, para su incorporación a la web y a las redes sociales.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado, comunidad de la Facultad. Sociedad, Oficina de Comunicación de la UPV/EHU.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de videos nuevos elaborados.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2024.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 4. ENTORNO Y SOCIEDAD.

2.2. Ofrecer un buen servicio de orientación universitaria.

ACCIÓN	2.2.1. Canalizar de forma efectiva hacia el alumnado la información relativa a los programas de movilidad, de prácticas, oferta formativa extracurricular, etc.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Instar a responsables al uso de los diversos canales de comunicación de los que dispone la Facultad para la difusión de la información.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Valoración de la difusión efectiva en reunión con delegados/as.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Ordenación académica, de Relaciones Internacionales, de Prácticas y Orientación Laboral; y de Proyección Social y Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN/ Promoción de la Internacionalización 2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. Desarrollo de Plan de acción tutorial.
ACCIÓN	2.2.2. Realización de charlas en centros de secundaria.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1.
ESTRATEGIA	Establecer relaciones y contactos directos con responsables de orientación de los centros de secundaria. Organizar un calendario de charlas presenciales y online en centros de enseñanza secundaria.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado, Orientadores/as.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Cuestionario anual a orientadores/as de los centros.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Proyección Social y Comunicación.
FECHA	Noviembre/Diciembre/Enero/Febrero. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado.

ACCIÓN	2.2.3. Jornada de puertas abiertas para orientadores/as de secundaria.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1.
ESTRATEGIA	Organización y dinamización de una jornada de puertas abiertas para orientadores, con una charla informativa, una visita guiada y un lunch, con el fin de estrechar la relación con los centros de secundaria.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Orientadores/as de centros de secundaria.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Cuestionario a orientadores/as tras la jornada.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Proyección Social.
FECHA	Diciembre 2024 y Diciembre 2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado.
ACCIÓN	2.2.4. Participación efectiva en la EHU Azoka.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1.
ESTRATEGIA	Continuar implicando a coordinadores/as de los grados y a profesor colaborador para ofrecer una buena labor orientadora y de captación de estudiantado.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Futuro estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Informe de valoración del SOU.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Enero y febrero. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 1. Consolidación oferta de grado.

ACCIÓN	2.2.5. Promover las relaciones de comunicación con las oficinas de empleo de los tres campus.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1.
ESTRATEGIA	Establecer contactos periódicos con dichas oficinas de forma que los egresados y profesionales participen de relaciones más fluidas.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Egresados/as, entidades empleadores, estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Evaluación cualitativa por parte de responsable.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Prácticas y Orientación Laboral.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 4. Fomentar las redes de colaboración y las alianzas con el entorno profesional y social.

ACCIÓN	2.2.6. Organizar eventos y charlas informativas relacionados con el futuro laboral.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1.
ESTRATEGIA	Implicar a coordinadores/as de grado para la organización de eventos o charlas informativas, en colaboración con agentes profesionales. Se trata de facilitar información y orientación sobre el futuro laboral del estudiantado.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado, sociedad, empresas empleadoras.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de charlas organizadas. Evaluación cualitativa de coordinadores/as.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Ordenación Académica.
FECHA	Marzo-Mayo. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. Desarrollo de Plan de acción tutorial.

ACCIÓN	2.2.7. Participar de forma activa en el programa ORIENTATU.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Designar a uno o dos profesores/as para entrar en el equipo de trabajo del programa ORIENTATU, que en la edición de 2023 dedicará un espacio a los grados de comunicación. Verificar que se realiza una presentación acorde con la oferta docente y aprovechar el foro para estrechar lazos con orientadores/as.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Orientadores/as.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Informe de valoración de la dirección de alumnado.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	Septiembre-octubre 2023.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. Desarrollo de Plan de acción tutorial.

2.3. Poner en valor en la sociedad la oferta formativa del centro.

ACCIÓN	2.3.1. Proponer a los medios de comunicación notas de prensa de hitos informativos relacionados nuestras titulaciones.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC1.2. / OEPC2.1 / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Comunicar a la Oficina de Comunicación de la UPV/EHU datos relevantes sobre grados o másteres relacionados con logros, alumnado referente, novedades, etc.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Sociedad, Futuro estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de propuestas ofrecidas.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Ordenación académica, Vicedecanato de Planificación Estratégica y Calidad, Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN / 4. ENTORNO Y SOCIEDAD.

ACCIÓN	2.3.2. Apoyar eventos y acciones sociales relacionadas con el empleo.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC1.2. / OEPC2.1.
ESTRATEGIA	Estar presentes en jornadas y eventos como la feria de empleo que necesita mayor difusión e implicación de todos los agentes.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Sociedad, Egresados/as.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Cuantificación de la presencia de la Facultad en este tipo de eventos.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Practicas y Orientación laboral.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD.

Objetivo General 3.

Impulsar una comunicación interna que fomente la transparencia, la buena convivencia y el sentido de pertenencia a la Facultad.

3.1. Garantizar entre los diversos colectivos del centro una comunicación interna efectiva

ACCIÓN	3.1.1. Impulsar la comunicación interna relativa a las acciones de las distintas comisiones de la Facultad.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Enviar al comienzo de cada curso un mensaje a responsables de comisiones para que pongan en conocimiento del vicedecanato de comunicación las acciones relevantes que derivan de los acuerdos y reuniones de las distintas comisiones de la Facultad, con especial atención a las Comisión de igualdad y a la Comisión de Euskera. Realizar difusión mediante web, mail o redes sociales.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la Facultad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de mensajes de difusión y noticias web relativas a contenido derivado de las distintas comisiones
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación (en colaboración con responsables de las comisiones).
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	3. GOBERNANZA / 5. Activar funcionamiento de las comisiones del centro.

ACCIÓN	3.1.2. Continuar desarrollando y afianzando la identidad gráfica y corporativa de la Facultad.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Mantener los criterios del manual de identidad corporativa de la UPV/EHU y garantizar el cumplimiento de los mismos en las acciones de comunicación tanto internas como externas. Recordar, si fuera necesario, al personal de la facultad la necesidad de mantener dichos criterios.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Sociedad, comunidad de la Facultad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Constatar el cumplimiento de los criterios en las acciones de comunicación realizadas.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	3. GOBERNANZA.

ACCIÓN	3.1.3. Mantener actualizados los contenidos de la página web.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1. / OEPC2.2. / OEPC2.3. / OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Alimentar de forma periódica la actualización relativa a la información general, de gestión, oferta docente de grado y posgrado (horarios de clases/exámenes/ calendarios), oferta formación dual, información relativa a los TFG-s etc.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la Facultad, Sociedad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Repaso periódico de los apartados específicos alimentados por la Facultad.
RESPONSABLE	Equipo decanal.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	3. GOBERNANZA.

ACCIÓN	3.1.4. Mantener un moderado envío de mensajes a los diversos colectivos.
OBJETIVOS RELACIONADOS	
ESTRATEGIA	Tratar de no saturar el canal comunicativo vía mail y de segmentar en la medida de lo posible el contenido dirigido a cada colectivo.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la Facultad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de mensajes enviados desde Comunicación a las listas de distribución de la Facultad.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD.
ACCIÓN	3.1.5. Garantizar la accesibilidad en los diversos canales de comunicación.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1. / OEPC2.2./ OEPC3.2.
ESTRATEGIA	Cumplir las directrices señaladas desde la Oficina de Comunicación, como la introducción de subtítulos o el tratamiento adecuado en materia gráfica, para garantizar que las vías de comunicación y soportes empleados para las mismas sean accesibles al estudiantado y personal con diversidad funcional.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la Facultad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Constatación del cumplimiento de las directrices por parte del personal técnico multimedia.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación (en colaboración con la Oficina de Comunicación de la UPV/EHU).
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD/5. Convivencia, sentido cívico personas e infraestructuras. 3. GOBERNANZA.

3.2. Promover un buen clima laboral y el sentimiento de pertenencia al centro.

ACCIÓN	3.2.1. Promover la incorporación del alumnado egresado al programa EHUALUMNI.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC2.1. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Facilitar la información relativa al programa mediante charlas en aulas de cuarto curso y difusión de la información a través de los diversos canales o distribución de folletos de EHU Alumni en los actos de defensa de Trabajos de Fin de Grado.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado (fundamentalmente de 4º curso).
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de estudiantado anual de nuevo ingreso en EHU Alumni.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD.
ACCIÓN	3.2.2. Promover la incorporación del profesorado al programa de expertos ADITUAK (o similar).
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC2.1. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Animar al PDI, mediante campaña en redes sociales y mailings informativos, a incorporarse a programas de expertos ADITUAK (o similar) para facilitar a los medios de comunicación la localización de especialistas de la Facultad.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Medios de Comunicación, PDI.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº anual de personas de nuevo ingreso en EHU ADITUAK.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD/4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 5. Mejorar la comunicación y Proyección de la actividad del centro: presencia de la Facultad en el tejido social.

ACCIÓN	3.2.3. Organización de certámenes o concursos dirigidos al estudiantado.
OBJETIVOS RELACIONADOS	
ESTRATEGIA	Por ejemplo, concurso de postales de navidad, etc.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de personas participantes.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD/2. Implicación y sentido de pertenencia.
ACCIÓN	3.2.4. Difusión del Plan Estratégico, informes de seguimiento, memorias del centro, etc.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Garantizar que todos los colectivos de la Facultad tengan conocimiento de las decisiones y las acciones de gestión que se llevan a cabo en el centro, mediante la publicación de los documentos pertinentes en la página web, cartelería y el envío por email, en caso necesario.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la Facultad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Constatación del envío por mail y de la publicación de los documentos en la web.
RESPONSABLE	Equipo decanal.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	3. GOBERNANZA/3. Consolidar y difundir la política de calidad.

ACCIÓN	3.2.5. Fomentar los programas de tutorización.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Impulsar programas como Ikaskide, Buddy y similares relacionados con la acogida y tutorización del alumnado mediante los diversos canales de comunicación interna. Realizar campañas en redes sociales. Facilitar así el encuentro y la tutorización entre iguales.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de reuniones presenciales. Nº de envíos informativos por mail.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Ordenación Académica, Vicedecanato de Relaciones Internacionales, Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. Desarrollo de Plan de acción tutorial.

ACCIÓN	3.2.6. Mantener contacto cercano, directo y presencial con alumnado.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.
ESTRATEGIA	Fomentar la escucha activa con representantes del estudiantado. Detectar sus necesidades.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Valoración anual cualitativa de la red de escucha activa.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Ordenación Académica.
FECHA	2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 4. Desarrollo de Plan de acción tutorial.

ACCIÓN	3.2.7. Organización y difusión de actos de graduación.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Organizar un programa en el que el estudiantado egresado se sienta representado y reconocido. Comunicar datos relevantes de las promociones homenajeadas a la Oficina de Comunicación, así como el programa completo, para su difusión a los medios de comunicación. Reconocimiento de las personas PDI/PAS/externos (empresas).
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado egresado, PDI, sociedad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Evaluación cualitativa anual por parte de la comisión de seguimiento.
RESPONSABLE	Equipo decanal.
FECHA	Mayo-junio. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 2. Implicación y sentido de pertenencia 4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 5. Mejorar la comunicación y Proyección de la actividad del centro: presencia de la Facultad en el tejido social.
ACCIÓN	3.2.8. Recuperar la organización de actos de bienvenida presenciales dirigidos al alumnado de primer curso.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Recibir al estudiantado de primer curso en un acto de bienvenida presencial que facilite la información demandada por dicho colectivo y proporcione un sentimiento de cercanía y de acogida.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Estudiantado (primer curso).
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Satisfacción mediante encuesta a asistentes.
RESPONSABLE	Equipo decanal.
FECHA	2023-2026. Septiembre 2024-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 2. Implicación y sentido de pertenencia.

ACCIÓN	3.2.9. Fomentar la difusión de las acciones relacionadas con las ODS.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC1.1. / OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Comunicar de forma efectiva y con especial atención las acciones en materia de igualdad, accesibilidad y sostenibilidad, así como otras vinculadas a objetivos de desarrollo sostenible. Sensibilización de la comunidad por los bienes comunes y la sostenibilidad.
PÚBLICOS OBJETIVOS	Comunidad de la facultad. Sociedad.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Nº de acciones de difusión con temática ODS.
RESPONSABLE	Vicedecanato de Planificación estratégica y calidad. Vicedecanato de Comunicación.
FECHA	2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	4. ENTORNO Y SOCIEDAD / 5. Mejorar la comunicación y Proyección de la actividad del centro: presencia de la Facultad en el tejido social.
ACCIÓN	3.2.10. Organización del Lunch Navidad.
OBJETIVOS RELACIONADOS	OEPC3.1.
ESTRATEGIA	Fomentar el sentido de pertenencia a la Facultad y generar un encuentro propicio para el acercamiento personal y la comunicación cercana entre los trabajadores del centro.
PÚBLICOS OBJETIVOS	PDI y PAS.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Cualitativa por parte de la comisión de seguimiento.
RESPONSABLE	Responsable de administración del centro.
FECHA	Diciembre. 2023-2026.
EJE / OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. PERSONAS Y COMUNIDAD / 2. Implicación y sentido de pertenencia.



SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN

El equipo decanal revisará anualmente el grado de cumplimiento de las propuestas del plan mediante una comisión de seguimiento que estará compuesta por:

- Dos personas responsables de equipo decanal: Vicedecana de Comunicación y proyección Social; Vicedecano de Planificación estratégica y calidad
- Una persona técnica de comunicación y de la unidad web

La revisión se realizará entre los meses de enero y febrero de cada año. Se recogerá la información de los distintos responsables de cada acción y se elaborará un informe de situación.
