

- Primeras Piedras

Otras Actividades

- Reserva de billetes, hoteles y restaurantes.
- Organización de Transporte.
- Coordinación de alumnos en prácticas que colaboran con este Servicio.
- Encargo de Trajes Académicos.
- Reserva de espacios: Sala de Convalecientes, Crucero del Hospital Real, Capilla del Hospital Real y Sala del Complejo Administrativo Triunfo.
- Concierto de Apertura y Clausura del Curso Académico 2009-2010
- Concierto MADOC-UGR
- Visitas al Hospital Real de Colegios de toda Andalucía y de otros colectivos.
- Asesoramiento en Congresos.
- Asesoramiento en cualquier acto organizado en la Universidad de Granada.

Comunicación

Relaciones con los medios de comunicación

Desde el Gabinete se han distribuido a los medios de comunicación 901 notas de prensa (incluidas convocatorias) desde el 1 de octubre de 2009 al 30 de junio de 2010, con información acerca de actividades de la Universidad en investigación, extensión universitaria, formación continua, cooperación, actividades de vicerrectorados, centros e institutos, etc. Las notas pueden ser consultadas en el portal Canal UGR (<http://sl.ugr.es/noticiasugr>) o en la sección de noticias de la página web institucional de la Universidad de Granada (<http://sl.ugr.es/noticiaswebUGR>). Asimismo se viene prestando una continuada atención y labor de asesoramiento a los medios de comunicación en sus demandas, tanto telefónica como presencialmente.

Publicidad, identidad visual y edición gráfica

Publicidad y Marketing

- Diseño, envío y seguimiento de los anuncios de carácter oficial publicados por la UGR en la prensa escrita para dar cumplimiento a obligaciones jurídicas o normativas del procedimiento administrativo. En la tarea de unificar la proyección de la identidad visual corporativa de la Universidad de Granada, estos reclamos se diseñan según un modelo unitario que se aplica a todas las inserciones correspondientes a convocatorias de carácter oficial. Todos estos anuncios se publican en los tres diarios de la provincia de Granada con los que mantenemos convenio de colaboración publicitaria (Granada Hoy, Ideal y 20 minutos), así como en los diarios de mayor difusión y tirada de las otras dos ciudades que cuentan con campus universitarios de la UGR: Melilla Hoy (Melilla) y el Faro de Ceuta (Ceuta). En el caso de comunicaciones que sólo afectan a alguno de los campus (Granada, Ceuta y Melilla), la inserción se realiza exclusivamente en los medios de las ciudades correspondientes, con el fin de minimizar el gasto y optimizar la inversión publicitaria realizada. En este período, se han elaborado y publicado anuncios oficiales en prensa

sobre: Convocatoria extraordinaria de Selectividad, Aula Permanente de Formación Abierta, Fase extraordinaria de Preinscripción, Plazo de matrícula para la Prueba de Acceso a la Universidad para Mayores de 25 años, Convocatoria Ordinaria de Selectividad, Convocatoria para la Prueba de Acceso a la Universidad para Mayores de 25 años, Plazo de Preinscripción, y Plazos de Matrícula Oficial.

También con carácter oficial, desde el Gabinete de Comunicación se envían las notas necrológicas institucionales con las que la UGR manifiesta públicamente su duelo y condolencia por el fallecimiento de miembros de la Comunidad Universitaria. Las esquelas oficiales de la UGR responden, igualmente, a un modelo unitario común y se publican también en las tres cabeceras de prensa de la provincia. En este período de tiempo, se han diseñado y publicado un total de seis notas necrológicas.

- Planificación de medios, creatividad, diseño, envío y seguimiento de inserciones publicitarias a través de los convenios específicos suscritos con los diarios de la ciudad (Ideal, Granada Hoy, La y 20 minutos) y en los MUPIS ubicados en los edificios universitarios por la compañía Unicampus Media, para el desarrollo de diferentes campañas de promoción e imagen institucional.
- En este período, se han planificado y ejecutado un total de 38 campañas publicitarias institucionales vinculadas a los convenios citados. Las inserciones se realizan semanalmente, en formato de media página (Granada Hoy e Ideal) y robapáginas (20 minutos), permitiendo una cobertura informativa completa en la totalidad de las cabeceras.
- Por último, se han realizado otras acciones publicitarias complementarias, vinculadas a acuerdos puntuales con medios de comunicación con los que no existe convenio: Anuario de la Asociación de la Prensa de Granada (1 página), Revista Afinidades (1 página: número 3), Anuario Grupo Joly (1 página), Especial Másteres diarios Granada Hoy, Europa Sur, Diario de Cádiz, Diario de Jerez, Diario de Sevilla, El Día de Córdoba, Huelva Información, Málaga Hoy y Diario de Almería (1 página), Revista Suboficiales (de la Escala de Suboficiales de la Guardia Civil: 1 página), así como inserciones publicitarias a petición de servicios propios de la UGR con cargo a sus propios centros de gasto. En este sentido, se ha realizado una campaña de promoción publicitaria en prensa, con inserciones en los diarios Ideal y El País (Edición Andalucía) para el programa de Máster Oficial en Problemas Sociales.

Identidad visual y creación y edición gráfica

En el ámbito de la difusión estratégica de la imagen corporativa, el Gabinete de Comunicación ofrece asesoramiento en materia de aplicación y uso de la identidad visual corporativa de la institución, y desarrolla soportes de comunicación gráfica para campañas de difusión y promoción de diferentes servicios y vicerrectorados de la UGR.

En este período, se han atendido solicitudes de uso de imagen corporativa, se han realizado aplicaciones de identidad visual y se ha ofrecido asesoramiento y ayuda en fotografía e imagen a diversas entidades universitarias o relacionadas con la UGR.

Del mismo modo, se han desarrollado campañas de comunicación integrada, con el diseño de soportes y materiales de comunicación gráfica para:

- Másteres Erasmus Mundus coordinados por la Universidad de Granada (GEMMA – Erasmus Mundus Master's Degree in Women's and Gender Studies y MUNDUSFOR – Education of Professionals in Education), con el diseño de todos sus materiales de comunicación y papelería: trípticos, cartelería, programas, presentaciones, etc.

- Biblioteca Universitaria: Campaña “Sácale créditos a la Biblioteca” (difusión de las actividades formativas de la BUG): carteles, dípticos, marcapáginas y MUPIS, Campaña para la “Jornada de Responsables de Bibliotecas Universitarias de la Red REBIUN”: carteles y dípticos, Campaña para el encuentro cultural “Viviendo los libros en la Biblioteca”: logotipo, carteles y tótems retroiluminados.
- Servicio de Evaluación, Calidad y Planes de Estudio de la UGR: creación y desarrollo de la identidad visual del “Encuentro de las Unidades de Calidad de las Universidades Andaluzas” (cartelería, trípticos, identificadores de mesa y fondos de pantalla en sala).
- Secretariado de Formación y Apoyo a la Calidad de la UGR: creación y desarrollo de la identidad visual de las “I Jornadas Andaluzas de Formación del Profesorado Universitario” (trípticos, cartelería, identificadores de mesa y fondos de pantalla en sala).
- Unidad de Innovación Docente de la Universidad de Granada: creación y desarrollo de la identidad visual de las “III Jornadas de Innovación Docente de la UGR” (trípticos y cartelería).
- Secretariado de Evaluación y Servicios de la UGR: revisión y aplicación de modificaciones de contenidos al diseño y maquetación de las Cartas de Servicios de la Universidad de Granada.

Boletines informativos electrónicos

Resumen de prensa medios digitales

Durante este curso académico se ha producido un incremento del número de suscriptores de este servicio diario que ya se eleva a 747.

Las noticias digitales más importantes referentes a la UGR también se almacenan en la web. Hasta la fecha, esta hemeroteca en línea contiene más de 31.082 noticias procedentes de 1.688 medios digitales. <http://sl.ugr.es/mediosdigitales>

Resumen de prensa medios impresos

El número de suscriptores de este servicio alcanza los 412. Diariamente se escanea, maqueta y distribuye por correo electrónico un dossier con las noticias más significativas de la UGR que aparecen en los prensa diaria local y nacional. La hemeroteca en línea permite la recuperación de las noticias escaneadas a través de un interfaz web desde el 1 de julio de 2008: <http://sl.ugr.es/medioimpresos>

Noticias Ciencia UGR / Science News UGR / Nouvelles de la Science UGR

En lo relativo a la “internacionalización de la ciencia”, se ha potenciado la presencia en agencias de noticias científicas internacionales con la inclusión de 48 nuevas noticias durante este periodo en AlphaGalileo, y EurekaAlert! (de la AAAS norteamericana, editora de «Science»). A este esfuerzo se suma la presencia del Gabinete en la Plataforma nacional SINC con 67 inserciones informativas.

Cifras de publicación en *Noticias Ciencia* durante el curso académico:

- En la versión española (Noticias Ciencia) se han publicado 91 noticias (<http://sl.ugr.es/CanalNoticiasCienciasUGR>)
- En la versión inglesa (Science News) se han publicado 48 noticias (<http://sl.ugr.es/CanalScienceNewsUGR>)

- En la versión francesa, de reciente creación (Nouvelles de la Science) se han publicado 48 noticias (<http://sl.ugr.es/CanalNouvellesScienceUGR>)

Lecturas UGR

Se han realizado reseñas de 31 novedades de la Editorial UGR (<http://sl.ugr.es/LecturasUGR>)

Moderación de las listas infoconfe y noticias

En colaboración con el Secretariado de Documentación, se moderan las listas de noticias@ugr.es e infoconfe@ugr.es y se está trabajando en la elaboración de unas "Instrucciones para el uso de las Listas de Distribución de la UGR" destinadas a conseguir un uso más "racional" y eficiente de las mismas por parte de la comunidad universitaria (*ver los datos relativos a este apartado en la memoria del Secretariado de Documentación*).

Puesta en marcha del Portal Canal UGR

En Febrero de 2010 el Gabinete de Comunicación y el Secretariado de Documentación pusieron en marcha el portal Canal UGR (<http://sl.ugr.es/canalugr>). *Joomla* es el CMS (gestor de contenidos) que da soporte a canalugr.es. Este gestor de contenidos está basado en tecnologías web de código abierto como *Xhtml*, *Ajax*, *Php*, *Mysql*, *CSS* y *Javascript*. Su principales virtudes son permitir la edición del contenido de un sitio web de manera sencilla y fomentar el trabajo colaborativo y descentralizado.

El entorno de trabajo de *Joomla* es muy idóneo para la presentación y gestión de contenidos de diversa naturaleza a través de la Red: artículos, eventos, recursos, enlaces web, imágenes, "podcast" de audio y vídeo, etc; al mismo tiempo que posibilita a los distintos destinatarios bastantes opciones de interacción: propuesta de actividades, suscripción a boletines, colaboración externa en la gestión de algunas partes del sitio, etc.

Otro valor añadido de esta tecnología es su escalabilidad, que frente a proyectos web cerrados y sin margen de mejora, puede ampliarse en continuo mediante el uso de componentes, módulos, soporte para idiomas, extensiones, plantillas de diseño para renovar la apariencia del sitio, etc.

La adecuación de *Joomla* al propósito requerido, *portal de comunicación e información de la UGR*, se ha fundamentado principalmente en el uso de dos módulos específicos para estos fines:

- *K2*: Está destinado a la gestión de contenidos para paginas *Joomla* orientadas a **diarios de noticias**, siguiendo las tendencias de integración multimedia de los medios digitales en la red. La definición de "contenidos por campos" lo hace idóneo para importar, integrar, reutilizar y publicar de nuevo los contenidos de bases de datos en formato *Mysql* que daban soporte a versiones antiguas de una o varias web en un único interfaz de *Joomla*.
- *JEvents*: Potente gestor de agenda/calendario/eventos. Posibilita unificar el formato de publicación de los eventos, que son clasificables en un esquema de categorías, disponiendo además de múltiples opciones de secuenciación y repetición de actividades.