



PROCEDIMIENTO N° 11
DE COMUNICACIÓN
DEL CENTRO ASOCIADO DE
LA UNED DE MADRID
(CAMA)

V.2
(JULIO 2016)

Contenido

1. IDEAS GENERALES DE DIFUSIÓN.....	2
2. DIFUSIÓN ACTOS Y EVENTOS.....	2
3. DIFUSIÓN NOTICIAS INTERNAS Y EXTERNAS.....	3
4. DIFUSIÓN CURSOS DE VERANO Y EXTENSIÓN.....	3
5. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA.....	4

Comunicación del CAMA

1. IDEAS GENERALES DE COMUNICACIÓN

Existen muchas formas de comunicarse. Entre las herramientas más utilizadas por el CAMA se incluyen la publicación de noticias en el portal web, con el propósito de erigirse en la principal herramienta de comunicación de esta institución con su comunidad universitaria y público en general, además se utilizan carteles publicitarios, folletos, dípticos y redes sociales (twitter).

El objetivo principal es hacer visible, al Centro Asociado de la UNED de Madrid, a través de los medios referidos. Ello implica no sólo dotar a la página de contenidos actualizados, rigurosos y transparentes, sino hacerlo desde un enfoque más allá de difundir avisos o noticias, cubriendo necesidades informativas de carácter académico y cultural dirigidas a los distintos grupos de la comunidad universitaria: estudiantes, profesores tutores, personal de administración y servicios y público en general que visita nuestro portal. Lo importante es proporcionar información relevante para la comunidad en la que se desarrollan las actividades del CAMA.

Se trata de Informar de lo que el Centro Asociado hace, cómo y cuándo. Esto engloba desde los servicios y actividades desarrollados, hasta la inclusión de trámites, servicios, instrumentos de planificación e informes de resultados, intentando mejorar la calidad de la información ofrecida reforzando así la transparencia.

La comunicación es responsabilidad y tarea de todos aunque es importante designar a alguien en la tarea de gestionar con la Dirección la tarea de la comunicación, por eso el CAMA ha creado la unidad de Comunicación con una persona responsable de esta área que contribuye, facilita y presta apoyo a la organización en este aspecto tan importante.

2. DIFUSIÓN ACTOS Y EVENTOS

El objetivo de la difusión de los actos y eventos que se realizan en el CAMA es dar a conocer la información para que llegue a toda la comunidad universitaria, para ello se genera desde la unidad de Comunicación en colaboración con la unidad de Edición web una noticia con un título atractivo, un breve resumen o texto donde se dan los detalles sobre su desarrollo y se incluyen enlaces a imágenes, información de prensa o sitios web de la empresa que realiza el evento.

En algunas ocasiones la noticia la desarrolla directamente la empresa que organiza el acto o evento, a la que pedimos para su publicación que se incluya nuestra imagen corporativa. Es muy importante **cuidar la imagen e identidad corporativa** y gestionar ésta para informar de las referencias a la organización incluyendo el logo del CAMA en toda la publicidad del evento de forma adecuada por parte de las empresas organizadoras del evento.

Se publicita el evento tanto en la web como en redes sociales generando comunicaciones en la página web no sólo para llegar a un público más amplio antes de la celebración del evento, sino también prolongando su vida después y generando una retroalimentación muy valiosa. Durante la realización del acto se obtienen imágenes que se incorporan a las redes sociales con tuits. Esto ayuda a que la noticia tenga un mayor alcance en las redes sociales.

En general, se valora el Interés de la página web y de las redes sociales a través de la medición de las visitas que genera y del número de seguidores, considerando para ello el periodo correspondiente al año académico. Esto nos permite medir el porcentaje de satisfacción, lo que nos ayuda a mejorar la difusión.

3. DIFUSIÓN NOTICIAS INTERNAS Y EXTERNAS

Otro de los objetivos de comunicación del CAMA es contribuir a la mejora propia de la organización planificando y gestionando un plan de comunicación interna, generando una serie de espacios propios dirigidos a profesores y personal de administración y servicios donde se colocan noticias de interés con la idea de mejorar el trabajo e informar de decisiones, proyectos e iniciativas y documentos de interés para todo el colectivo.

El CAMA ha diseñado una Intranet para personal de administración y servicios con objeto de facilitar el intercambio de información y que será un importante instrumento de comunicación interna en cuanto se implemente.

En cuanto a la comunicación externa, se intenta proyectar y reforzar la imagen del CAMA, dando a conocer los proyectos o actividades, para conseguir de alguna forma que se tengan en cuenta aspectos fundamentales que definan la propia identidad e imagen que se percibe desde el exterior del CAMA

Es importante fortalecer la identidad corporativa en toda la difusión tanto interna como externa. Para ello hay que mantener las NORMAS BÁSICAS DE IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENTRO ASOCIADO DE LA UNED DE MADRID (CAMA) y los estándares de IDENTIDAD CORPORATIVA de la UNED en la documentación oficial del Centro Asociado y en toda la difusión que se realice en folletos, dípticos, cartelería, etc.

[Mod. Normas Básicas de Identidad Corporativa del CAMA](#)

[Mod. Identidad Corporativa de la UNED](#),

[Mod. Colores Corporativos](#)

4. DIFUSIÓN CURSOS DE VERANO Y EXTENSIÓN

La difusión de los cursos de extensión universitaria y cursos de verano el CAMA se aborda de forma conjunta con el departamento de Comunicación de la UNED.

En ocasiones se generan las noticias directamente desde el CAMA, la unidad de Comunicación del CAMA colabora con los directores de los cursos en la edición de la noticia, los directores de los cursos facilitan un pequeño texto con un título atractivo y una imagen donde se detalla el desarrollo y pormenores sobre el curso. Comunicación añade los enlaces al díptico del curso con enlace a la matrícula para facilitar el proceso a los posibles participantes e interesados.

En otros momentos son los periodistas del departamento de Comunicación de la propia UNED quienes entrevistan a los directores y ponentes de los respectivos cursos, generalmente para incluir una noticia una vez terminado éste. En esos casos el departamento de Comunicación facilita el texto y las fotos indicando cómo quieren que configuremos la noticia para la web.

En ambos casos, ambos departamentos de Comunicación de las instituciones deben estar coordinados para emitir las noticias en sus portales respectivos y seguir unas pautas pactadas previamente.

5. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA

[Mod. Identidad Corporativa de la UNED](#),

https://descargas.uned.es/publico/pdf/MANUAL_PAPELERIA_FINAL.PDF

[Mod. Colores Corporativos](#)

http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/GERENCIA/GESTION%20ECONOMICA/INFRAESTRUCTURAS/MANTENIMIENTO/PROCEDIMIENTOS/20071212_MANUAL_SE%20ALIZACION_INMUEBLES.PDF

[Mod. Normas Básicas de Identidad Corporativa del CAMA](#)

https://www.unedmadrid.es/images/CALIDAD/Normas_identidad_corporativa_v2.pdf