

Indicadores COM -- Gestión por procesos

| Datos indicador | | | | | | | | |
|--|--|--|---|--|----------------------|------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Denominación | Objetivo | Cálculo | Informa a | Evidencia | Tipo | Frecuencia | V.Base | V.Objetivo |
| GCOPC01. Análisis cuantitativo/cualitativo de la base de datos con la memoria de medios de comunicación conjunta, estudiando los impactos publicados por campus en 2017. | Conocer las noticias sobre la UNIA publicadas o difundidas por los medios de comunicación social de toda la universidad y por campus, con el objetivo de analizar la repercusión general de las actividades de la UNIA a lo largo de 2017. | Número total de impactos mediáticos sobre la UNIA y por campus | Vicerrector Estudiantes y Comunicación | Base de datos con impactos mediáticos e informe del Área de Gestión de la Comunicación y seguimiento de prensa de Kantar Media. | Gestión por procesos | Anual | 2.000 Impactos mediáticos de la UNIA | 4.571 Impactos mediáticos de la UNIA |
| Datos indicador | | | | | | | | |
| GCOPC02. Tasa de comunicados de prensa publicados en redes sociales, respecto al total de informaciones difundidas por el Servicio de Información y Prensa a través de la web institucional en 2015. | Potenciar y ampliar la difusión de las actividades de la UNIA utilizando herramientas digitales de comunicación, como son las redes sociales. | T=Comunicados de prensa en FB y Twiter/Comunicados de prensa en web UNIA x 100 | Vicerrector de Estudiantes y Comunicación | Listado de comunicados de prensa publicados por en la página web de la UNIA; listado de post y tuits difundidos en la página/perfil de la UNIA en Facebook y Twiter, e informe del Área de Gestión de la Comunicación. | Gestión por procesos | Anual | Facebook: 86,4 % Twitter: 82,6 % | Facebook: 90% Twitter: 85% |