

Indicadores COM -- Gestión por competencias

Datos indicador

Denominación	Objetivo	Cálculo	Informa a	Evidencia	Tipo	Frecuencia	V.Base	V.Objetivo	V.Alcanzado	Resultado
Gestión por competencias Gestión de la Comunicación	Gestión por competencias Gestión de la Comunicación				Gestión por competencias				Desconocido	

Indicadores COM -- Gestión por procesos

Datos indicador

Denominación	Objetivo	Cálculo	Informa a	Evidencia	Tipo	Frecuencia	V.Base	V.Objetivo	V.Alcanzado	Resultado
GCOPC01. Análisis cuantitativo/cualitativo de la base de datos con la memoria de medios de comunicación conjunta, estudiando los impactos publicados por campus en 2016.	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 2016.	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	4.571	600 Impactos mediáticos por cada campus (excepto Málaga)	23.001 Impactos Cartuja: 31% Ráida: 26% Baeza: 29% Málaga: 14%	Sí

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 Twitter/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 Twitter, e informe del Área de Gestión de la Comunicación.	Gestión por procesos	Anual	Facebook: 86,4 % Twitter: 82,6 %	Facebook: 90% Twitter: 85%	TOTAL: 93,54% Facebook: 93,34% Twitter: 57,80%	Sí
--	---	---	---	---	----------------------	-------	-------------------------------------	-------------------------------	--	----

Indicadores COM -- Plan Estratégico

Datos indicador

Denominación	Objetivo	Cálculo	Informa a	Evidencia	Tipo	Frecuencia	V.Base	V.Objetivo	V.Alcanzado	Resultado
--------------	----------	---------	-----------	-----------	------	------------	--------	------------	-------------	-----------

GCOPE01. Uso de la Agenda de Comunicación en Google Calendar en 2016 para optimizar y aunar esfuerzos en la difusión de las actividades, tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales.	Uso semanal/diario de la Agenda de Comunicación en Google Calendar para planificar las acciones de comunicación externa promovidas por el Servicio de Información y Prensa	Recuento de anotaciones realizadas en la Agenda de Planificación de la Comunicación en Zimbra en 2016.	Oficina Plan Estratégico - Gerencia	Listado con anotaciones semanales en la Agenda Área de Comunicación 2016 en Google Calendar e informe del Área de Gestión de la Comunicación.	Plan Estratégico	Anual	Ocho registros semanales de media	Seis anotaciones semanales	8,9 registros a la semana	Sí
--	--	--	-------------------------------------	---	------------------	-------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------	----

Datos indicador

GCOPE02. Tasa de fotografías difundidas por el Servicio de Prensa de la UNIA a través de Flickr y publicadas en medios de comunicación, respecto al total de imágenes subidas al repositorio abierto de la UNIA en esta herramienta.	Potenciar y ampliar la difusión de las actividades de la UNIA utilizando herramientas digitales de comunicación, y consolidar la labor de servicio del Gabinete de Comunicación de la UNIA.	Tasa= Número de fotografías difundidas por Prensa en Flickr y publicadas en medios /Número de imágenes difundidas a través de esta herramienta (repositorio) x 100	Gerencia y Oficina del Plan Estratégico	Análisis de la base de datos de impactos mediáticos, del listado de comunicados de prensa publicados en la web de la UNIA y de la página de la UNIA en Flickr, así como informe del Área de Gestión de la Comunicación.	Plan Estratégico	Anual	50 %	60 %	75,40%	Sí
--	---	--	---	---	------------------	-------	------	------	--------	----