



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Escuela Politécnica Superior (EPS)

Universidad de Sevilla

2026

Resumen de revisiones:

Edición	Fecha	Motivo de la Modificación	Fecha aprobación JC
01	22/05/2026	Creación del PCD	17/06/2026

ÍNDICE

1. DEFINICIÓN	3
2. OBJETO	3
3. ALCANCE.....	3
4. NORMATIVA DE APLICACIÓN.....	4
5. DEFINICIONES	4
6. DESARROLLO.....	5
6.1 Grupos de interés	5
6.2. Tipos de información objeto de comunicación digital	6
6.3 Medios de comunicación a utilizar	7
6.4 Ámbito de actuación.....	7
6.5 Contenido estratégico de la comunicación digital	8
7. SEGUIMIENTO y MEDICIÓN	12
8. RESPONSABILIDADES.....	14

1. DEFINICIÓN

Este Plan de Comunicación Digital define las líneas estratégicas que se seguirán mediante los canales de comunicación digitales de que dispone la EPS: página web del centro, perfiles en redes sociales, pantallas informativas, BINEPS, contenidos difundidos en páginas específicas de la Universidad de Sevilla (portal de la universidad, RadiUS o BinUS). La cobertura de estos medios alcanza no sólo a la comunidad universitaria, sino también a otros grupos de interés externos a la Universidad.

2. OBJETO

El objeto del presente documento es establecer el modo en el que la EPS de la Universidad de Sevilla garantiza la publicación periódica y actualizada de información acerca del cumplimiento de las tareas encomendadas y de los procesos relacionados con las titulaciones que imparte. Para ello, se tienen presentes los objetivos de calidad incluidos en el Manual de Garantía de Calidad de la EPS, dentro del marco de Garantía de Calidad exigido por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y el procedimiento para la gestión de la información pública (PC-11).

3. ALCANCE

El presente documento se aplica a la información relativa a todas las titulaciones ofertadas por la EPS de la Universidad de Sevilla.

4. NORMATIVA DE APLICACIÓN

- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), de 25 de mayo de 2018.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos (LOPD).
- RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.
- Ley 1/2026, de 20 de febrero, Universitaria para Andalucía.
- Resolución Rectoral de 25 de febrero de 2016 la US que regula la competencia y procedimiento para la tramitación de las solicitudes de acceso a la Información pública y la actualización de su Portal de Transparencia.
- Ley 25/2007, de 18 de octubre, de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicaciones.
- Estatutos de la Universidad de Sevilla (US) y reglamentos que lo desarrollan.
- Sistema de Garantía de los Títulos Oficiales de la Universidad de Sevilla.
- Procedimiento “PC11 - Información Pública” (Manual del Sistema de Garantía de Calidad del Centro).

5. DEFINICIONES

El Plan de Comunicación Digital se refiere al conjunto de estrategias de comunicación que, a través de los medios y soportes informáticos adecuados, permiten cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos de interés que componen una organización.

6. DESARROLLO

6.1 Grupos de interés

De la Universidad de Sevilla:

- Órganos de Gobierno (vicerrectorados, delegaciones, direcciones generales...).
- Otros órganos de apoyo (Oficina de Gestión de la Calidad, Gerencia, Biblioteca...).

De la EPS:

- Alumnado propio (grado, máster, doctorado) y procedente de convenios (Erasmus, SICUE, entre otros).
- Personal Docente e Investigador (propio y visitante), (PDI).
- Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (biblioteca, medios audiovisuales, informática, secretaría, gestión departamental, conserjería...), (PTGAS).

De la sociedad con vinculación con el Centro:

- Egresadas/os de la EPS.
- Empresas, instituciones y organizaciones empleadoras y que ofertan prácticas.
- Alumnado preuniversitario o universitario con interés en las titulaciones impartidas en el centro.
- Otros centros educativos universitarios o preuniversitarios, nacionales e internacionales.
- Usuarios en virtud de convenios

De la sociedad en general:

- Empresas y organizaciones.
- Asociaciones y colegios profesionales.
- Instituciones públicas.
- Otros públicos y colectivos.

6.2. Tipos de información objeto de comunicación digital

- Normativas y regulaciones.
- Política y objetivos de calidad.
- Misión, Visión y Valores.
- Planes de actuación.
- Manuales de procedimientos.
- Manual del Sistema de Garantía de Calidad
- Imagen corporativa del centro.
- Procesos de gestión.
- Actas de reuniones.
- Formularios.
- Información presupuestaria.
- Indicadores de calidad.
- Sugerencias, reclamaciones y quejas.
- Información y datos sobre las instalaciones.
- Información recibida desde otras Unidades a la que se le deba dar difusión.
- Contenido y datos relacionado con titulaciones.
- Información relacionada con las actividades desarrolladas por los grupos de interés que se realicen en el centro.

6.3 Medios de comunicación a utilizar

- Sitio web de la Universidad de Sevilla.
- Sitio web de la EPS.
- Sitios web de los títulos, departamentos, grupos de investigación, proyectos de investigación o PDI.
- Plataforma de Enseñanza virtual
- Correo electrónico institucional (personales y listas de distribución).
- Pantallas informativas del Centro.
- Redes sociales: Instagram, LinkedIn y YouTube.
- RadiUS.
- BINEPS.

6.4 Ámbito de actuación

Plan de comunicación interna:

El plan de comunicación interna busca facilitar el flujo de información y comunicación entre los miembros y organismos propios del Centro con relación a los objetivos y a las políticas de calidad tanto de la Universidad de Sevilla como de la EPS y las titulaciones que en esta se imparten. Igualmente, el plan de comunicación interna contempla procedimientos para canalizar hacia la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGCC) las sugerencias o propuestas de mejora que puedan hacerse desde los diferentes grupos de interés.

Plan de comunicación externa:

El plan de comunicación externa busca garantizar el flujo de información y comunicación entre los diversos grupos de interés, prestando especial atención a: 1) estudiantes, PDI y PTGAS de la Universidad de Sevilla, 2) centros, departamentos y órganos de la Universidad de Sevilla, y 3) miembros de la sociedad en general, empresas y organizaciones públicas y privadas, asociaciones y colegios profesionales, estudiantado preuniversitario...).

De manera continua se hace una labor de revisión y mejora del sitio web del centro, añadiendo las pestañas necesarias o reubicando la información para darle una mayor visibilidad.

6.5 Contenido estratégico de la comunicación digital

La Universidad de Sevilla es la responsable de recopilar y difundir de forma centralizada y con un formato común la información que comparten todos los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla. Esta información se divide en cuestiones generales y específicas.

- Cuestiones de carácter general: a) normativa y el calendario de matrícula, y b) políticas generales de acceso y orientación del estudiantado.
- Cuestiones específicas de cada título: a) información del título (memoria de verificación, Autoinforme de Seguimiento del Título, Informe de Seguimiento de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA), Autoinforme de Renovación de la Acreditación del Título, procedimiento para la expedición del suplemento europeo al título), b) datos de identificación y del Sistema de Garantía de Calidad, c) acceso; d) competencias, e) planificación de la enseñanza, f) información sobre el procedimiento que garantiza la continuidad de los estudios en caso de extinción del título, e) fecha de actualización de la información.

Además, en la página web del centro (<https://eps.us.es/>) se desarrollan otros contenidos a los que se accede a partir de los siguientes grandes bloques temáticos:

La Escuela: Concentra la identidad del centro, su evolución histórica, el organigrama del Equipo Directivo, las actas de la Junta de Centro y las normativas internas. Cuenta con un apartado crítico dedicado al “Sistema de Garantía de Calidad” (Programa IMPLANTA, acreditaciones de títulos y calidad de servicios) y los planes de autoprotección.

Estructura y Organización: Se despliega toda la información relativa a cómo se gobierna y se administra la escuela. Agrupa información sobre normativa, dirección, junta de centro, comisiones, departamentos, perfiles de alumnado y personal, biblioteca, centro de cálculo, conserjería y secretaría.

Docencia: Organiza toda la actividad académica estructurada en:

- Grados: Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Electrónica Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Química Industrial, e Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo del Producto (así como sus itinerarios de Dobles Grados).
- Postgrados: Másteres universitarios especializados (Tecnología e Industria Alimentaria, Sistemas Inteligentes en Energía y Transporte, Seguridad Integral en la Industria y PRL, y Diseño e Ingeniería de Productos e Instalaciones Industriales en Entornos PLM y BIM) y programa de Doctorado.
- Gestión diaria: Horarios, calendarios oficiales de exámenes, asignación de grupos de prácticas y la normativa/plazos para los Trabajos Fin de Grado (TFG) y Máster (TFM).
- Apoyo: Acceso al Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT) y programas de las asignaturas.

I+D+i: Espacio dedicado a la divulgación de la actividad científica del centro. Incluye el catálogo de grupos de investigación vinculados, detalle de actividades y producción científica, transferencia de conocimiento al tejido productivo, patentes y proyectos singulares (como el CATEPS Microgrid Living-Lab”).

Instalaciones y Servicios: Detalla los recursos físicos disponibles para la comunidad. Incluye planos de las plantas, inventario de laboratorios docentes y de investigación, catálogo de software con licencias activas y los formularios web para la reserva de aulas y salas de informática.

Relaciones Externas: Bloque estratégico de conexión exterior que gestiona los programas de movilidad (Erasmus, SICUE), convenios de dobles titulaciones internacionales, gestión de prácticas en empresas, bolsa de empleo, y relación de las empresas de egresados.

Además, se incluyen dos pestañas adicionales para incluir información sobre las Cátedras de Empresa y las Noticias.

La página de inicio prioriza la inmediatez y la actualidad a través de tres recursos:

Botonera de Accesos Directos: Enlaces rápidos a herramientas de gestión recurrente como “Cita Previa”, “Enseñanza Virtual”, “Consulta de Horarios y Exámenes”, “Reserva de Aulas”, y la plataforma de incidencias “Expon@US”.

Tablón de Anuncios: Espacio reservado para avisos administrativos de última hora, convocatorias de becas, llamamientos de exámenes y audiencias de renovación de la acreditación de títulos.

Actualidad y Logros: Sección de noticias que resalta los éxitos del alumnado, convenios firmados con empresas del sector, premios de las Cátedras de Empresa y agendas de eventos de “networking” profesional.

La EPS en coordinación con el Gabinete de Comunicación de la Universidad de Sevilla, dispone de un perfil oficial en las siguientes redes sociales:

- Perfil oficial del Centro en Instagram: @politecnicasevilla

- Perfil oficial del Centro en LinkedIn: @escuela-politécnica-superior-sevilla
- Perfil oficial del Centro en YouTube: @politecnicasevillayt

En ellos se da difusión a actos y eventos socioculturales vinculados al ámbito académico, posibilitando la difusión y transferencia de aquellas realizaciones que permiten una convivencia entre la ciencia, la academia y la sociedad. El Equipo de Dirección es el responsable de la publicación y la administración de las redes sociales.

Otro medio de comunicación son los correos masivos a través de las listas de distribución. Dichas listas han sido elaboradas atendiendo a cada uno de los colectivos principales del Centro y son solo emisoras.

Los emisores institucionales (direcciones de correo electrónico) autorizados en las listas de distribución corporativas son: Dirección, Secretario/a, Subdirectores, Secretaría de Dirección, Jefe/a de Secretaría, y Administrador/a del Centro.

Existen también grupos de correo gestionados por la secretaría de la Dirección para hacer llegar información a los Departamentos: directores y gestores de Departamentos.

Por otro lado, los coordinadores de título disponen de un correo institucional a través del cual se les hace llegar información de interés para la titulación.

El criterio seguido para dar difusión a la información es que esta tenga carácter institucional y afecte al desarrollo académico de los títulos. El envío de información actual y relevante de carácter institucional a los diferentes grupos de interés se realiza siguiendo las recomendaciones de buenas prácticas en el uso de listas de distribución del SIC (<https://sic.us.es/servicios/correo-electronico/listas-de-distribucion/buen-uso-del-servicio-de-listas>).

7. SEGUIMIENTO y MEDICIÓN

Se lleva a cabo un seguimiento permanente en las reuniones del Equipo de Dirección y en el monitoreo constante a los canales de información implementados a través del plan de comunicación. Para la medición y el análisis se tiene en cuenta, en todas las titulaciones del Centro, el dato desagregado de la encuesta de Satisfacción Global con el Título del SGCT realizada por PDI, Alumnado y PTGAS:

P9 - MECANISMOS PARA LA DIFUSIÓN DEL TÍTULO

P9-9.1 Acceso a la Información del título disponible en la web.

P91 - NIVEL DE SATISFACCIÓN, NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE ESTUDIANTES

P91-10.08 - Grado de satisfacción de estudiantes con la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente

P92 - NIVEL DE SATISFACCIÓN, NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL PDI

P92-11.08 - Grado de satisfacción del PDI con la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente

P93 - NIVEL DE SATISFACCIÓN, NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL PTGAS

P93-12.03 - Grado de Satisfacción del PTGAS con la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente sobre los títulos

El seguimiento y medición de la idoneidad de la información transmitida y de la utilidad de los mecanismos de difusión empleados se lleva a cabo también a partir de los datos recogidos por distintas vías: retroalimentación en redes sociales, consultas a través de correo electrónico, buzón de quejas, sugerencias, felicitaciones e incidencias Expon@US, encuestas a los distintos de interés o cuantificación de usuarios por perfiles en la Web.

8. RESPONSABILIDADES

Equipo de Dirección: propone el contenido de la información a publicar, a quién va dirigida y el modo de hacerlo y difundir dicha información. Cada Subdirección revisa y actualiza los contenidos que son de su competencia. El Secretario/a del Centro actualiza las actas de Junta de Centro y las Memorias Anuales.

Subdirección de Relaciones Internacionales e Institucionales: obtener la información necesaria. Comprobar su actualización.

Junta de Centro: debate y aprueba, en su caso, los planes de mejora fruto de los informes de seguimiento, a petición de la Comisión de Garantía de Calidad de los títulos y del Centro.

Comisión de Garantía de Calidad del Centro: debate y aprueba, en su caso, las acciones de mejora que sean propuestas por las Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos.

Comisión de Garantía de Calidad del Título: analiza la adecuación y pertinencia de la información publicada y emite un informe al respecto que remitirá a la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.