

CICUNC

Comunicación Digital

Diseño y desarrollo web

Presentación del área

El área funciona desde la creación del CICUNC, hace más de 15 años, desarrollando herramientas digitales que solucionan necesidades de comunicación en internet.

Desde entonces, los profesionales que la integran, en su mayoría, tienen larga trayectoria y conocimiento interno del funcionamiento de la Universidad, con una visión integral del sistema de comunicación web.

Integrantes

- Pablo Pol, Diseñador Industrial, orientación: gráfica, especializado en diseño y desarrollo web.
Con cargo efectivo como Personal de Apoyo Académico.
- Pablo Aguiar, Diseñador Industrial, orientación: productos, especializado en diseño y desarrollo web.
Con cargo efectivo como Personal de Apoyo Académico.
- Leandro Fernández, Diseñador Multimedia, especializado en diseño y desarrollo web. Fotógrafo.
Actualmente con cargo Organizador Ejecutor (F).
- Verónica Giuliani, Lic. en Comunicación Social, especializada en Comunicación Institucional.
Con Contrato por prestación de servicios.

Los profesionales que la componen vienen de las disciplinas del **Diseño y la Comunicación**. Esto le da claramente un perfil y una visión de Comunicación Integral, la cual funciona como eje y base para plantear soluciones de manera transversal.

Es por ello que en el Área se trabaja en Comunicación y Diseño Institucional en entornos web. De ahí entendemos que el nombre correcto del Área Comunicación Digital, ya que las soluciones que se plantean se dan aplicando plataformas tales

como sitios web, aplicaciones web y además contemplando el trabajo en redes sociales.

Campos de acción del área

El área trabaja en:

- Comunicación
- Diseño web
- Análisis y diseño de sistemas
- Programación

Otras áreas implicadas

Otras con las que se deberían trabajar en conjunto, de manera integrada y articulada.

- Redes Sociales
- Diseño Gráfico
- Marketing
- Publicidad
- Producción audiovisual y fotografía
- Prensa
- Medios
- Sistemas

Función

Un equipo de trabajo interdisciplinario que asesora y capacita a los usuarios internos, analizando posibles soluciones transversales y genéricas según cada necesidad; que planifica y desarrolla planes y proyectos de comunicación institucional digital, logrando a través de la sistematización, la producción de contenidos y armado de base de datos y aportando a un funcionamiento integral institucional que acompañe los objetivos dentro del plan estratégico de la universidad.

Análisis FODA

Fortalezas (internas)

- Profesionales especializados.
- Visión integral desde la comunicación y el diseño
- Conocimiento técnico.
- Trabajo eficiente: sistematización y estandarización de procesos.
- Fidelización de Unidades Académicas y Áreas. Hoy están todas vinculadas con el sistema de comunicación web del Área.
- Conocimiento de la Institución.

Debilidades (internas)

- Falta de documentación de criterios y procesos.
- Falta de análisis y evaluación de resultados.
- Falta ajustar la planificación interna: calendario mensual y anual

Oportunidades (externas)

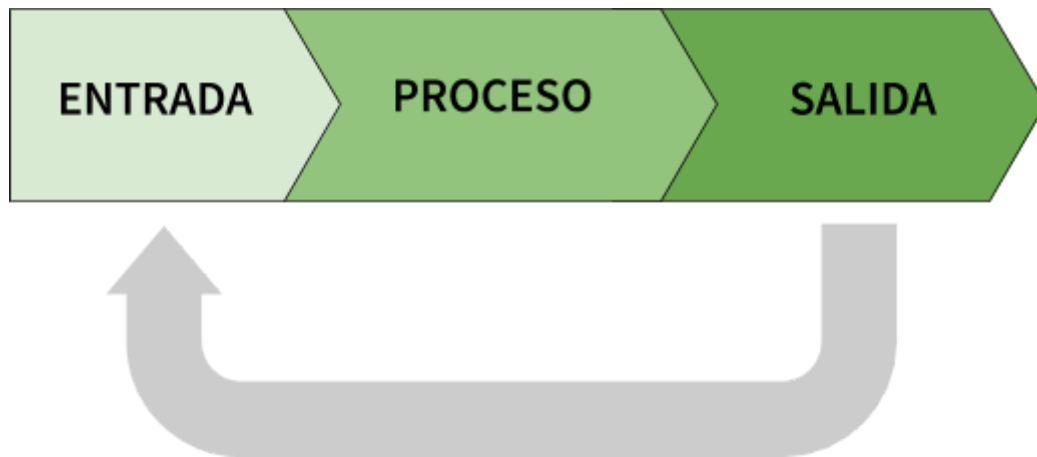
- Todos los sitios webs de las Unidades Académicas y Secretarías dependen del Área. Esto nos permite avanzar en temas que tienen que ver con criterios transversales de Comunicación web.
- Interés de la gestión hacia los procesos de organización y eficiencia.

Amenazas (externas)

- El cambio de gestión implica coordinar con nuevos gestores y capacitar nuevo personal.
- Obsolescencia de métodos y procesos tecnológicos que por la naturaleza propia de los cambios que impone el mundo digital, esto nos lleva a tener que actualizar permanentemente los procesos de comunicación web.
- Cuando nos entienden como una unidad de servicios que actúa por demanda externa, nos lleva a actuar sobre lo urgente y no lo importante.
- Dificultades para contratar productos y servicios con proveedores externos, lo que permitiría optimizar recursos y procesos.
- Carrera administrativa con falta de estímulos: mejoras en cargos y situación laboral.
- El medio web permite la autoedición y es fácil que se desorganice.

Análisis Interno

¿Cómo funciona nuestro proceso interno?



Input/entrada

Necesidad de comunicación de parte de las Unidades Académicas, Secretarías, Dependencias de la Universidad.

Proceso

Planificación: ¿Qué se va a hacer?

- Relevamiento de necesidades de comunicación
- Definición de objetivos de comunicación
- Recolección de información: logo, textos, fotos, videos, etc.

Organización: ¿Cómo se va a hacer?

- Sistematización de la información
- Definición del proyecto (tiempos y tareas)
- Diseño del sistema

Dirección: Organizar la ejecución

- Programación, diseño web y comunicación trabajan en paralelo, como capas superpuestas interconectadas.

Control: ¿Cuál fue el resultado?

- Evaluación de errores técnicos
- Cumplimiento de objetivos de comunicación

Salida

- Producto o servicio terminado:
- Sitios web
- Aplicaciones y sistemas web
- Documentación y normativa para la comunicación web
- Aplicaciones para otros dispositivos (móviles)
- Organización y administración de redes sociales

Análisis de entorno



La Universidad Nacional de Cuyo asume la educación como bien público, gratuito y laico, como derecho humano y como obligación del Estado.

Apunta a la construcción de la ciudadanía a través de la formación integral de artistas, docentes, científicos, profesionales, tecnológicos y técnicos que contribuyan a una sociedad más justa.

Produce, desarrolla, adapta, transfiere e intercambia conocimientos, prácticas y tecnologías en función de las demandas y necesidades sociales.

A este macro entorno (sociedad, educación pública y medios de comunicación) pertenece el CICUNC que funciona actualmente como un espacio institucional desde donde se coordinan las áreas de Prensa, Medios y Comunicación Institucional de la Universidad.

Dentro de la Coordinación de Comunicación Institucional se ubica el área de Diseño y Comunicación Digital.

Público Interno

Siguiendo un orden jerárquico:

1. Secretarías (Proyectos de comunicación de la gestión)
2. Unidades Académicas (Docentes, Alumnos, investigadores)
3. Institutos
4. Colegios
5. Dependencias (Personal de apoyo académico)

Público Externo

1. Ingresantes/aspirantes
2. Estudiantes e interesados extranjeros
3. Egresados
4. Otras entidades gubernamentales nacionales
5. Otras universidades del mundo
6. Sociedad en general

Propuesta de trabajo

El área funcionará como asesora para las dependencias, desarrollando capacitaciones y lineamientos que permitirán desarrollar herramientas necesarias para que la solución se autogestione siguiendo las pautas de comunicación institucional establecidas por el Área.

La solución de problemas o situaciones diarias que requieran las secretarías, unidades académicas y áreas, serán analizadas para poder darles un asesoramiento profesional encontrando una solución integral y transversal que se enmarque dentro de los lineamientos institucionales.

Una vez planteada la solución, y en concordancia con la Coordinación del CICUNC, se evaluará, en función de optimización de recursos y capacidades disponibles, si esa solución será tercerizada o si se resuelve internamente.

En todos los casos se deberá trabajar de manera conjunta y coordinada con el Área de Comunicación Digital.

Esto permitirá focalizarse en los objetivos reales.

Las redes sociales deben estar organizadas en sus aspectos administrativos por personal de diseño y comunicación web. Serán operadas por el personal de comunicación de redes sociales.

Las aplicaciones para móviles u otras formas de la comunicación web también estarán desarrolladas o gestionadas por personal del área.

Objetivos

Objetivo General a mediano plazo

Planificar, ejecutar y coordinar la comunicación institucional web.

Objetivos específicos (¿Cómo?)

- Trabajar en conjunto con comunicadores de las Unidades Académicas y Secretarías definiendo criterios y líneas de acción.
- Elaborar documentación de metodologías, procesos y conceptos, tales como: principios de diseño, manuales de estilo, guías de estilo en el desarrollo de aplicaciones y sitios web y comunicación institucional aplicada al lenguaje digital, uso de redes sociales y aplicaciones.
- Capacitar y dar herramientas a las secretarías, unidades académicas y áreas.
- Replantear el diseño y programación de la comunicación web de las unidades académicas y secretarías.
- Coordinar el trabajo con proveedores del área.
- Funcionar como asesores profesionales para lograr soluciones integrales de Comunicación Institucional a través de la producción y sistematización de contenidos y bases de datos.
- Desarrollar proyectos a largo plazo que acompañen el crecimiento de la Universidad, desde el plan estratégico establecido.
- Desarrollar herramientas y/o documentos (agenda, calendario) que permitan planificar acciones.

Objetivo General a largo plazo

A partir de los resultados obtenidos en el objetivo anterior, se debería coordinar y desarrollar servicios de comunicación institucional en entornos virtuales.

Objetivos específicos

Desarrollar y/o rediseñar aplicaciones y servicios web tales como:

- Gestión de trámites administrativos para docentes y alumnos.
- Herramientas digitales que faciliten la comunicación e interacción entre docentes y alumnos.

- Servicios que permitan integrar demandas o necesidades de la sociedad con perfiles de egresados.
- Sistemas de servicios integrales para los integrantes de la comunidad universitaria (salud, deportes y recreación, cultura).

Area de Diseño y Comunicación Digital
Octubre 2018