



## MEMORIA DE ACTIVIDADES SERVICIO DE INFORMACIÓN UNIVERSITARIO. 2013-2014

### DESCRIPCIÓN DE LA MEMORIA

---

#### Listas de distribución.

Se ha alcanzado un alto grado de penetración de las listas de distribución gestionadas por el SIU, no sólo dentro de la propia Universidad de Murcia, sino también con suscriptores externos a nuestra institución, dando muestras del interés que suscitan las noticias generadas o relacionadas con la Universidad de Murcia, con una media del 65 por ciento de suscriptores externos.

Lista agenda	Lista prensa	Lista boletines
Suscritos -845	Suscritos -856	Suscritos - 1179

La actuación en este sentido se ha centrado en la difusión telemática de Información a través de esas listas de distribución de correo electrónico. Todos los días laborables, antes de las 9:30 horas, se difunde un mensaje con un boletín de noticias de los **Boletines Oficiales** (BOE, BORM y DOUE). En esta línea, diariamente, se remite el mensaje de la lista de Prensa, que recoge las noticias del dossier de prensa elaborado por el Gabinete de Prensa de la Universidad de Murcia.

Por otro lado, semanalmente, todos los lunes o siguiente día hábil se envía un mensaje con las **actividades** que se van a celebrar durante esa semana en la Universidad de Murcia o actividades organizadas por la Universidad de Murcia; igualmente, los lunes se remite un mensaje a la lista Anuncios, con todos los nuevos registros del Tablón de Anuncios de la Universidad de Murcia.

#### Atención al público.

Respecto al número de consultas atendidas en el Servicio, tanto presenciales como telefónicas, en el presente curso se ha producido un pequeño descenso, llegando a las 28.447 consultas atendidas, del ellas, 7646 presenciales, 15.174 telefónicas, 3785 consultas vía web resueltas, 1.358 correos electrónicos y 484 chats atendidos.



El horario de atención al público en el Campus de la Merced y Campus de Espinardo es de lunes, martes y miércoles, de 9.00 h a 18.30 h. ininterrumpidamente, y jueves y viernes, de 9.00 a 14.00 h.

También se mantiene la prestación de servicios en la Facultad de Ciencias del Deporte en San Javier y en el Campus de Lorca todos los jueves, con horario de 9.00 a 14.00 h

Las consultas se dividen entre las presenciales en las oficinas y telefónicas a través de los teléfonos de entrada al SIU (868 887 888 // 902 32 16 00) y CAU (868 888 888). El resto corresponden a las llegadas a través de internet, bien sea por correo electrónico o por el formulario de consulta accesible desde cualquier página web de la Universidad de Murcia.

Otra de las actividades del curso ha sido la Corrección de Exámenes, tarea que se realiza en el Campus de La Merced. Durante este último curso, el número de **exámenes corregidos han sido de 408 asignaturas**, con un total de **hojas de examen pasadas** por la máquina de corrección de **18572** los cuales han sido enviados por correo electrónico.

Se ha iniciado una nueva prestación para el transporte de los estudiantes por Murcia mediante el unibono-tranvía. Este curso el número de unibonos para el autobús que se han recogido en las oficinas ha sido de 78, cifra muy baja debido a las cuestiones surgidas en el transporte al campus de Espinardo. En cuanto al **Tranvía**, se han recibido 1.600 bonos de tranvía de los cuales se han distribuido 575.

En este curso, el **CAU (Centro de Atención a Usuarios)**, a través del teléfono 868 888 888, del acceso Dumbo y correo electrónico [cau@um.es](mailto:cau@um.es), ha supuesto una apreciable mejora en la gestión de la atención al público, permitiendo una disminución en las esperas telefónicas, tanto de información general, como más específicas de las distintas unidades de la Universidad de Murcia. En este curso, se han atendido más de 4.500 llamadas telefónicas, 102 correos electrónicos y más de 2.000 incidencias Dumbo. Siguen siendo las cuestiones relacionadas con los procesos de admisión y matrícula los más demandados, si bien se ha iniciado el proceso de atención sobre otros temas de interés no académicos.



Por otro lado, en las actividades de Firma Digital, se ha realizado el trámite de la acreditación de la firma digital a 9 personas.

### **Publicaciones.**

En el terreno de las publicaciones, el SIU ha acometido una edición especial de una serie de guías y folletos informativos dirigidos a eventos de diversa índole, tales como jornadas, congresos, ferias o exposiciones: Tú decides, folletos, carpetas, póster, etc.

### **Gestión del panel Electrónico del Campus de Espinardo y de los tabloneros electrónicos de edificios de la UMU. Gestión pantallas tv (proyecto CARDIO).**

Como **gestor de la Agenda Web** ha desarrollado en los 23 tabloneros electrónicos distribuidos por la Universidad campañas institucionales, tales como difusión de cursos Universidad Internacional del Mar, cursos de posgrado, acceso mayores de 25 años, bienvenida universitaria, congresos, EUNI, actividades culturales, premios, etc.

También desde abril de 2012, el SIU se ha hecho cargo junto a ATICA del **Programa CARDIO**, que desarrolla y alimenta el carrusel informativo que reproducen las pantallas de televisión del Aulario del Campus de La Merced y del SIU Merced.

Las pantallas son 7 y están situadas en los halls de los siguientes edificios:

- Aulario de La Merced
- Aulario General Campus de Espinardo
- Aulario Giner de los Ríos Campus de Espinardo
- Aulario Norte Campus de Espinardo
- Facultad de Comunicación y Documentación Campus de Espinardo
- Facultad de Óptica Campus de Espinardo
- SIU Edificio D Campus de Espinardo Tercera planta



Junto con el personal de ATICA se ha desarrollado una aplicación dentro de TV.um para gestionar la parrilla de estas pantallas y un canal para los vídeos específicos del programa CARDIO

Durante el curso 2013/2014 se han difundido a través de estas pantallas más de 50 vídeos institucionales de la Universidad, de Campus Sostenible y videonoticias, 15 carteles promocionales y más de 100 actividades de la agenda de la UM.

4 alumnos de la asignatura Practicum del Grado en Comunicación Audiovisual se sumaron al proyecto durante el curso y colaboraron en la elaboración de plantillas de anuncios para los vídeos y un vídeo promocional del SIU.

En la actualidad el Área de Comunicación del Vicerrectorado de Comunicación y Cultura, TV.UM y el SIU colaboran para que este proyecto crezca y se amplíe desarrollando programación propia con de periodicidad semanal.

#### **Actividades de difusión de la imagen e información de la UMU.**

Un factor determinante para un estudiante a la hora de hacer la elección de universidad, es la información que tenga de la misma, tanto de sus titulaciones y posgrados como de los servicios y prestaciones que le ofrezca. Se ha potenciado en los últimos años la imagen con la que la Universidad de Murcia se presenta en este tipo de acontecimientos permitiendo a los futuros alumnos, realizar una correcta elección en función de nuestra oferta educativa, de nuestros servicios académicos y de extensión, etc., todo ello de forma programada.

- **Salones , ferias educativas o científicas, actividades de difusión**

Se ha asistido a las siguientes ferias y salones:

- Feria de Stands BUM 2013.* Octubre 2013 – Murcia
- Feria Informativa de Orihuela.* Octubre 2013 - Orihuela
- Feria UNITOUR 2013.* Octubre 2013 - Murcia
- Feria Maristas.* Febrero 2014- Murcia
- Feria Floridablanca.* Febrero 2014- Murcia
- Educaemplea de Alicante.* Marzo 2014 – Alicante
- Salón del Estudiante de Lucena.* Marzo 2014 – Lucena (Córdoba)
- Baul del estudiante de Elda.* Abril 2014 – Elda



- i. *Semana Cultural IES José Planes*. Abril 2014 - Murcia
- j. *Feria Pinoso*. Abril 2014 - Pinoso
- k. *Jornadas Monforte* Abril 2014 – Monforte
- l. *Feria de Novelda*. Abril 2014 – Novelda
- m. *Expojuventud* . Abril 2014- Torrevieja
- n. *Feria estudiante Pilar de la Horadada*. Mayo 2014 – Pilar de la Horadada (Alicante)
- o. *VII Feria de Formación y Empleo de Crevillente*. Junio 2014 - Crevillente
- p. *Feria de Stands BUM 2014*. Octubre 2014 - Murcia

Además, el SIU ha llevado a cabo diversas **actuaciones informativas y visitas a Centros de Secundaria:**

1. Campaña de visita a los centros de secundaria de la Región, con charlas para los alumnos de últimos cursos, orientación al acceso a la Universidad de Murcia, tanto en lo que se refiere a la oferta y elección de estudios como al propio proceso de preinscripción. Se han visitado 119 centros de secundaria durante el curso 13/14, que ha supuesto la implicación de este servicio en un elevado número de horas, así como en km realizados (alrededor de 8000 km.), con un número de alumnos de 5000 aproximadamente. En estos 119 centros, se han impartido 5 charlas dobles por el elevado número de alumnos, así como 9 lo han sido de fuera de la Región. La distribución temporal fue la siguiente: en enero se visitaron 4 institutos, en febrero 31, en marzo 46, en abril 35, en mayo 3. En otras comunidades se visitaron 6 en Alicante y 3 en Albacete
2. Colaboración en la organización de las visitas guiadas de alumnos de secundaria por nuestra Universidad, visitando las distintas instalaciones de los dos principales campus. Visita de los centros de secundaria a la Universidad de Murcia durante marzo y abril de 2014. El horario de desarrollo de las visitas ha sido de 9.30 a 13.30 h. durante cuatro viernes. El número de alumnos inscritos fue de 4007 de los que finalmente nos visitaron 3400, pertenecientes a 75 centros menos). El reparto por itinerario de visitas fue:



Ciencias de la Salud, Campus de Espinardo (Medicina, Odontología, Fisioterapia, Enfermería y Farmacia): 750

Veterinaria (Veterinaria y Ciencia y Tecnología de los Alimentos): 123

Biología (Biología, Biotecnología y Ciencias Ambientales): 209

Ciencias A (Informática y Matemáticas): 243

Ciencias B (Química, Física, Ing. Químico y Bioquímica): 209

Educación (Grados de Maestro, Educación Social y Pedagogía): 551

Ciencias Sociales A (ADE, Economía, Relaciones Laborales y Recursos Humanos, Trabajo Social): 419

Ciencias Sociales B (Información y Documentación, Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo): 297

Psicología (Psicología, Logopedia): 191

Campus de la Merced (Filología Clásica, Estudios Ingleses, Estudios Franceses, Lengua y Literatura Españolas, Traducción e interpretación, Historia, Historia del Arte, Geografía y Ordenación del Territorio, Derecho, Cc. Políticas y Gestión Pública y Estudios Simultaneos ADE y Derecho): 843

Bellas Artes (Bellas Artes): 128

Campus San Javier (Ciencias de la Actividad Física y del Deporte): 215

Filosofía (Filosofía): 18

Óptica (Óptica): 20

3. Asimismo se han impartido charlas y se ha colaborado en tareas de orientación académica en 6 centros de la región a las Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos.
4. Igualmente, se ha colaborado tanto en charlas como en orientación personalizada en un centro de adultos.
5. Participación en las Jornadas Informativas a los alumnos de primero en los distintos centros.
6. Este servicio está integrado dentro de las actividades de acogida a nuevos profesores organizadas por el Centro de Formación en cuanto a la difusión y conocimiento de la estructura, recursos y servicios que ofrece la Universidad de Murcia.



## Gestión Web (también en Vic. Comunicación y Coordinación)

Durante el ejercicio 2013-14 hemos seguido trabajando en la migración y adaptación de los contenidos de las webs de las unidades de la Universidad de Murcia al gestor de contenidos LIFERAY. Pese a seguir con esa migración y adaptación de contenidos, hemos prestado especial atención a la explotación de datos de las distintas bases de datos corporativas para conseguir una mayor automatización y consistencia de la información mostrada en las webs de centros, departamentos y otras unidades.

Junto a estas tareas, hemos trabajado intensamente en la adaptación de los contenidos web para dispositivos móviles. Siendo este, un proyecto que se encuentra en su última fase y que se implantará durante el curso 2014/15.

La gestión de la web se realiza a través de las solicitudes de Dumbo (<https://dumbo.um.es>); el número de tareas realizadas de gestión y mantenimiento estrictamente relacionadas con la web ha pasado de 3612 en el curso 06/07 a un máximo de 6624 en el curso 09/10 para, por primera vez en todo este periodo, llegarse a una situación de estabilización en el hasta hace unos cursos exponencial número de tareas resueltas. Se registró en el curso 2010/2011 una cifra de 6541 tareas básicas de mantenimiento web realizadas, situándose en el curso 2011/2012 la cifra de tareas básicas en 5893, tendencia a la baja en el número de tareas web realizadas que se confirma en el pasado curso 2012/13, en el que la cifra de tareas básicas se situó en 5272, y también en el curso 2013/14 con 4589 tareas. Las tareas que llegan siguen su cambio de tendencia de años anteriores, disminuyendo las tareas básicas de mantenimiento y aumentando las tareas de soporte, apoyo y desarrollo avanzando.

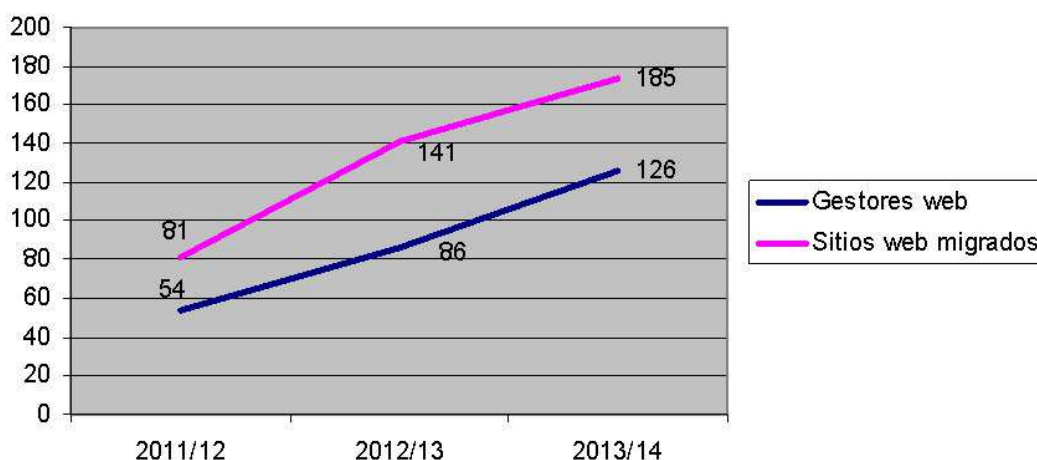
Este cambio en la tipología de tareas desde hace cuatro años es consecuencia de la implantación del mencionado **proyecto ARANEO**, pues su progresiva implantación implica el incremento del número de unidades universitarias con un alto grado de autogestión web, aunque no por ello exento del anteriormente mencionado apoyo, soporte y mantenimiento por parte del SIU.

Hemos continuado durante este curso con una de las tareas incorporada en los últimos años, desde la implantación de Liferay, la realización de cursos de

formación para la gestión de webs de unidades desde Liferay. Además de los cursos genéricos con duración de 3 días, hemos realizado varias actividades formativas adaptadas a grupos concretos que tenían encomendada una tarea específica para la gestión y actualización de la web de su unidad a través de Liferay.

Este curso se han realizado 5 cursos de formación, siendo ya un total de 16 cursos desde el año 2011/12, y sumando ya más de 250 los alumnos que han pasado por estos cursos. Como decíamos anteriormente, además de estos cursos con temario más amplio también se han realizado acciones específicas con duración de uno o dos días y con grupos que han ido de 2 a 6 alumnos.

Actualmente contamos con 185 organizaciones (por lo general, una organización se corresponde con una unidad de la Universidad de Murcia) incorporadas dentro del *Programa Araneo*, 44 más que en el curso anterior. Las migraciones realizadas este curso han sido de sitios específicos, no como en años anteriores donde se realizaron migraciones a partir de patrones, como podían ser los centros y los departamentos.



Además de las migraciones comentadas, también hemos continuado y aumentado las secciones de contenido automatizado en las facultades. Una de estas secciones es estudios, donde hemos realizado las tareas básicas de mantenimiento y también de automatización de los listados de asignaturas y guías docentes en grados, másteres y doctorados.





Durante este curso hemos continuado en colaboración directa con ATICA trabajando en diversas herramientas o portlets (pequeñas aplicaciones de desarrollo propio para incorporar nuevas funcionalidades a Liferay), las cuales ha ido evaluando, desarrollando y, en su caso, poniendo en producción:

- Publicador de contenidos. Empezamos su implantación este curso.
- Galería de imágenes. Para la visualización de conjuntos de imágenes.
- Youtube. Portlet para insertar vídeos de Youtube en páginas de la UM.
- Contenido XSL. Portlet para interactuar con contenidos de SUMA y del Aula Virtual.
- Carrusel. Portlet para crear secuencias de imágenes destacadas en la página principal de las unidades de la UM.
- Web Content Locator. Hay contenidos que compartimos entre varias unidades de la UM. Este portlet permite saber en qué páginas se está visualizando el contenido web compartido.
- Agenda. Seguimos trabajando en la adaptación de las distintas agendas de la UM, sobre todo SIU y ATICA, a Liferay.
  - Hemos desarrollado una herramienta para visualizar, de momento, la agenda del SIU en los centros
- Conexión con SUMA y Aula Virtual. Durante este curso hemos seguido trabajando para explotar el máximo de datos de SUMA y el Aula Virtual desde Liferay. Se está ultimando la explotación de estos listados:
  - Listado de departamentos (Terminado)
  - Listado de titulaciones (grados-posgrado) por rama de conocimiento, centro y orden alfabético
  - Listado de prácticas curriculares por titulación.
  - Listado de asignaturas del plan de estudios. (Terminado)
  - Docencia en departamentos (Terminado)
  - Listado tutorías en departamentos (En fase de implantación)
  - Listado de profesorado de los centros (En fase de implantación)
- Listas dinámicas de contenidos. Empezamos su uso en la Biblioteca.



- CMIS. Estamos ultimando la automatización de los datos de la gestión de calidad de los centros que se mostrarán en las webs de los centros.

Durante el curso 2014/15 continuaremos con esta línea de automatización, trabajando intensamente en el objetivo de lograr que la web institucional de la Universidad de Murcia utilice un acceso directo y automático a las fuentes primarias de datos oficiales, de manera que cualquier modificación de la información contenida en la base de datos fuente (por ejemplo, la oferta académica de un departamento) se refleje de inmediato en la página web del departamento.

Se ha trabajado intensamente durante este curso para tener una versión adaptada a dispositivos móviles de la Universidad de Murcia. Tras barajar las distintas tendencias nos decidimos por un diseño adaptativo, mantenimiento en la medida de lo posible el estilo de la web y centrando nuestros esfuerzos en la reubicación del contenido dependiendo de las dimensiones de pantalla del dispositivo utilizado para acceder a la misma. Esto nos permite que el acceso pueda realizar indistintamente desde muchos tipos de dispositivos con tamaños de pantalla reducidos, tales como teléfonos móviles, tablets o portátiles "netbook".

En esta versión móvil, un rediseño del menú de navegación permite que se pueda navegar de forma cómoda por la web cuando se accede desde un dispositivo móvil. Los distintos tipos de contenido, como imágenes o tablas se adaptan adecuadamente al tamaño de la pantalla. Además la web se adapta a los dispositivos que permiten la visualización del contenido en modo vertical u horizontal, permitiendo la reubicación del contenido "al vuelo" cuando se cambia de un modo a otro al girar el dispositivo, sin necesidad de recargar la página.



The image shows two screenshots of the University of Murcia website. The left screenshot is the 'Facultad de Biología' page, featuring a header with the university logo and 'CAMPUS MARE NOSTRUM', a navigation menu, and a main section titled 'Información general (Grado en Biología)'. Below this is a 'Presentación' section with text about the biology degree and a 'Guía de la titulación' table. The right screenshot is a 'Portal de estudios' page, also with the university header, and a grid of colorful icons for various services like 'Calendario académico', 'Ayuda Virtual', 'Repositorio de contenidos abiertos', 'Normativa académica', 'Vida universitaria', 'Representación Estudiantil', 'Servicios Universitarios', 'Guía de trámites', 'Servicio de Información Universitario', 'Mapas y Direcciones', and 'Dirección Universitario'.

Coordinadora	Orientación
¿Por qué estudiar el Grado en Biología?	Movilidad
¿Cómo acceder al Grado en...	

También durante este curso hemos intensificado los controles periódicos que realizamos sobre accesibilidad web, posicionamiento en buscadores, enlaces rotos, optimización del tamaño de ficheros de imágenes, etc.

Los análisis de accesibilidad nos permiten detectar periódicamente pequeños fallos en el código fuente de las páginas que se subsanan directamente o se reportan a los responsables directos de esos contenidos para que procedan a subsanarlos ellos.

A través de la herramienta Google Analytics realizamos semanalmente un rastreo de páginas con enlaces rotos, lo que nos sirve a modo de alerta temprana para una inmediata subsanación de los errores en enlaces de las páginas.

En los últimos años se ha hecho un importante esfuerzo para optimizar la web de la Universidad de Murcia, tanto desde el punto de vista técnico, como de contenidos, su organización y la mejora del acceso a éstos (SEO).

Mediante herramientas de SEO que hemos utilizado para detectar las tendencias de búsqueda en los buscadores de internet y averiguar los descriptores que más frecuentemente utilizan los usuarios para localizar los contenidos de las páginas de la Universidad de Murcia y, en consecuencia, tener en cuenta esos hábitos a la hora de redactar y describir los contenidos que se generan.

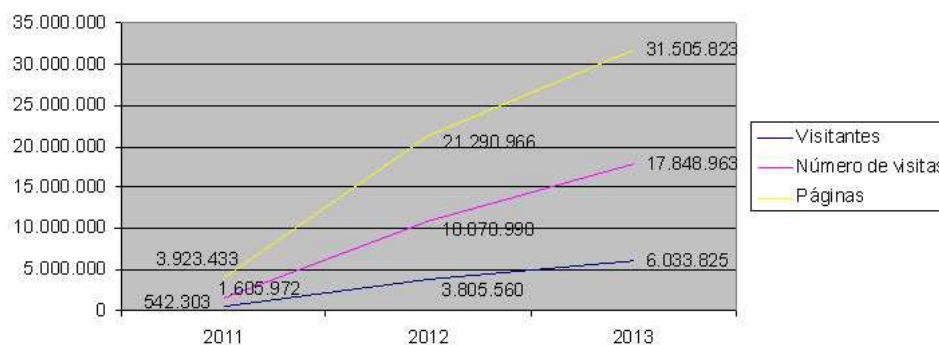


En la actualidad, dentro de ese mencionado proceso de mejoras SEO (Search Engine Optimization), estamos incorporando las metaetiquetas de descripción de las páginas (o modificando las existentes) para optimizar la descripción de éstas, incorporando también descriptores clave a las propias url de las páginas (algo que en los últimos tiempos influye decisivamente en el posicionamiento).

Las **estadísticas** de visitas a las páginas dentro del dominio <http://www.um.es/web/> son:



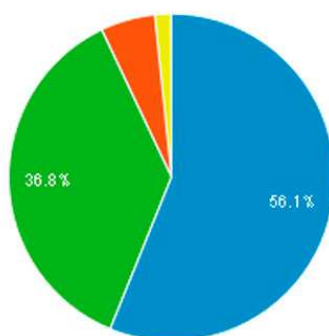
En este último curso la cifra de páginas vistas ha seguido la tendencia de crecimiento iniciada el curso anterior de forma paralela al creciente número de unidades web incorporadas a Liferay, quedando claramente marcadas por sus correspondientes bajadas del número de visitas los periodos vacacionales de Navidad, Semana Santa y verano.



Curso	Visitantes distintos	Número de visitas	Páginas
2011/12	542,303	3,805,560	6,033,825
2012/13	1,605,972	10,870,990	17,848,963
2013/14	3,923,433	21,290,966	31,505,823

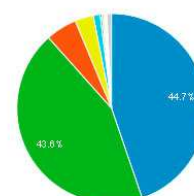
1 Septiembre - Fecha inicio curso

Durante estos 12 meses se han registrado 30 millones de visualizaciones de páginas web ubicadas en el servidor de la Universidad de Murcia.



Cabe destacar que del tráfico que llega a estas webs, más del 50% es procedente de búsquedas, mientras que en torno al 36% es tráfico directo, es decir, escribiendo la url que queremos visitar. **Se incrementa la diferencia entre accesos por búsquedas y accesos directos respecto al curso anterior**, con lo que ahora son un 20% más las páginas accedidas desde buscadores, dato que habría que interpretar como consecuencia del paulatino asentamiento de la indexación de las nuevas páginas en los buscadores, ahora más visibles en éstos que en el primer año de migración a Liferay, migración que implicó el cambio de url de cada una de esas páginas.

	167.236 % del total: 1,56% (10.706.428)	167.236 % del total: 1,56% (10.706.428)
1. Facebook	74.836	44,75%
2. Twitter	72.988	43,64%
3. Blogger	8.910	5,33%
4. WordPress	5.305	3,17%
5. Tuenti	1.907	1,14%
6. LinkedIn	566	0,34%
7. VKontakte	456	0,27%
8. Scoop.it	383	0,23%
9. YouTube	302	0,18%
10. Yahoo! Answers	250	0,15%





Desde la implantación de Liferay incluimos en todas las páginas la opción de compartir contenidos web en las redes sociales, las estadísticas relativas a los accesos a través de redes sociales revelan que han sido más de 167.000 los accesos a página de la Universidad de Murcia desde las redes sociales, predominando por encima del resto Facebook y Twitter. Sin duda es una fuente de accesos a contenidos de la universidad, aquellos contenidos que comparte un usuario y sus amigos, familiares, etc. desde las redes sociales consultan pinchando sobre la información.

En cuanto a los *iconos de Actualidad* de la página principal, este año han rotado más de 70 enlaces a campañas informativas o procesos administrativos como preinscripción y matrícula, actividades culturales, etc.

Por último, señalar que la *imagen principal página web* <http://www.um.es> , como portada de la Universidad de Murcia ha cambiado 353 veces, además hemos incorporado la opción de rotación de imágenes en un mismo momento.

## Redes sociales

Durante este curso se ha estado manteniendo página o perfil del SIU en las siguientes redes sociales:

- **Facebook** (página del servicio, gestionada desde los perfiles personales de los administradores)
- **Twitter** (perfil del servicio)
- **Google+** (página del servicio, gestionada desde un perfil del servicio)

A lo largo del curso se han dejado de utilizar las siguientes redes sociales:

- **FourSquare** (página y perfil, que se han ido abandonando por falta de movimiento con el resto de contactos)
- **Tuenti** (cerrada por consenso del Grupo de Publicaciones en diciembre de 2013)



A continuación, un breve resumen del uso de cada una de las redes:

## Facebook

En esta red social tenemos una página, gestionada desde los perfiles personales del Grupo de Publicaciones. A través de estos perfiles personales podemos establecer relaciones con otros servicios de la Universidad que por algún motivo no tienen páginas en Facebook, sino perfiles. De esta manera, podemos etiquetar fotos, mencionar a otras personas, o recibir invitaciones a eventos que han creado terceras personas (como el ejemplo de las Degustaciones del Grupo NutBro, de las cuales sólo nos enteramos a través del evento que crean desde el perfil de dicho Grupo de Investigación).

Las publicaciones en esta red se hacen de manera manual, excepto en periodos no laborales (fines de semana, fiestas, vacaciones...) y horario de tarde, en los que se sigue utilizando la aplicación **Hootsuite** para programar publicaciones. Siempre se procura establecer un ritmo de publicación no inferior a 30 minutos.

Para establecer relación con las publicaciones de otros servicios, lo primero que se hace es seguir su perfil o página. En el muro de publicaciones se verá todo lo que difundan las páginas a las que seguimos; y a dichas publicaciones se les marca como "Me gusta" si están relacionadas con eventos que llevamos en Agenda o si tienen interés para nuestros seguidores. Además, si es alguna noticia que merezca más difusión por nuestra parte, o si lleva incluida imagen, se le da a la opción "Compartir".

## Twitter

Esta red social es la que más crecimiento está experimentando este último año. No precisa de un perfil personal para gestionarla, ya que permite perfiles de servicios, facultades, universidades, empresas...

Se ha seguido aumentando la red de contactos a través del seguimiento que permite esta red social; en nuestro caso, seguimos a todos aquellos usuarios que tienen algún tipo de relación con la Universidad de Murcia (profesores, cantinas, grupos de investigación, facultades, centros, servicios...). De esta manera, Twitter



se usa como fuente de información del servicio, a través de la cual nos mantenemos informados de todo lo que pasa relacionado con la Universidad.

Igualmente, las publicaciones se hacen de manera manual, pero se sigue utilizando la aplicación **Hootsuite** para periodos no laborales. El ritmo de publicaciones va un poco a la par que Facebook, pero puede ser menor el tiempo entre publicación y publicación. También se aprovecha la opción "Retwittear" para ayudar a difundir lo de otros usuarios que pueda ser de interés a nuestros seguidores.

### **Google+**

El perfil personal que se usa para gestionar la página del Servicio en Google+ está creado a partir de la cuenta de Gmail del SIU. Sin embargo, se intenta que todas las publicaciones e interacciones con otros usuarios sea desde la página del servicio en Google+.

Las publicaciones se hacen en el mismo ritmo y extensión que en Facebook, pudiéndose programar también para días no laborales a través de **Hootsuite**. Sin embargo, se está poniendo en práctica el uso de etiquetas (tags) y de la distinta tipografía que permite Google+ (se añaden títulos en negrita al comienzo de cada entrada, etiquetas precedidas por #, y palabras en cursiva cuando es necesario).

Para interactuar con otros usuarios se aprovechan las notificaciones que nos llegan de sus publicaciones. A estas publicaciones, cuando son saludos de buenos días, o noticias y eventos relacionados con la Universidad o de interés para nuestros seguidores, se les da al botón "+1".

### **Estadísticas**

Las estadísticas se han ido tomando mensualmente, de manera que cada mes se tuviera una idea del uso e incidencias de las redes del Servicio. Sin embargo, hay en periodos en los que por alguna razón no se han recogido siguiendo esta periodicidad (vacaciones, ausencia de la persona encargada...).

Los datos se recogen de forma manual, sin ayuda de ninguna herramienta (a través de la observación y de los datos que proporciona cada red). Los que se recogen son los siguientes:





### Facebook

- "Me gusta" (total)
- Alcance
- "Me gusta" nuevos
- "Ya no me gusta"
- Personas que han interactuado
- Clics en publicaciones
- Consultas

### Twitter

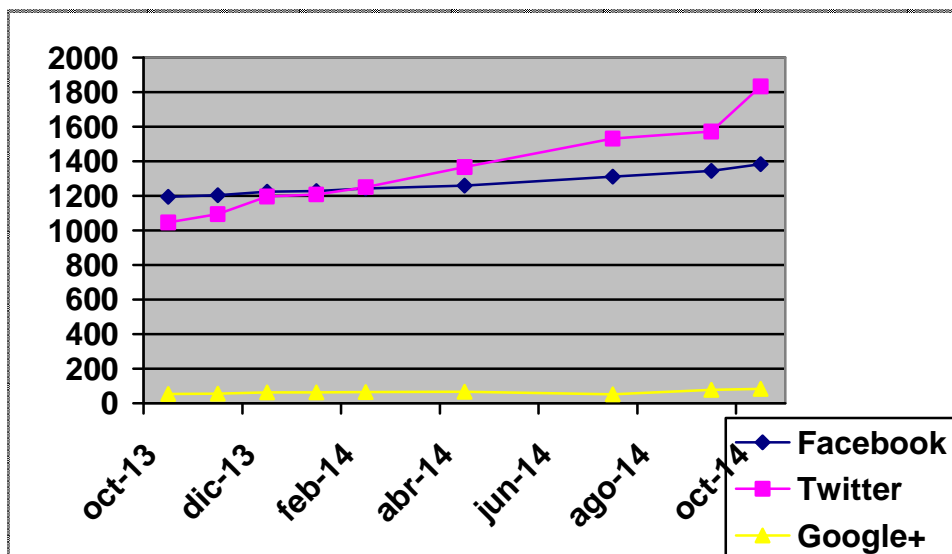
- Siguiendo
- Seguidores
- Mensajes directos
- Menciones
- Consultas

### Google +

- Personas que me tienen en sus círculos (perfil)
- Personas que me tienen en sus círculos (página)
- Seguidores
- Visitas

El volumen de usuarios de cada red social queda reflejado en la siguiente tabla. En el caso de Facebook es el número de "Me gusta" total, en Twitter y Google+ son los seguidores.

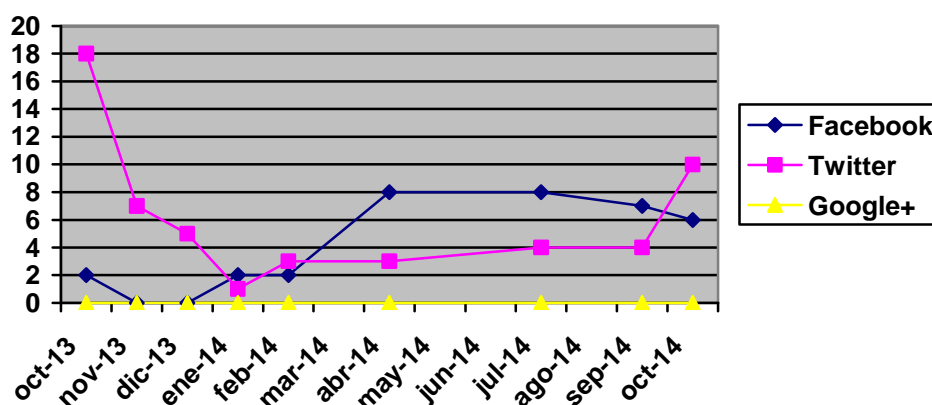
	Facebook	Twitter	Google+ (+1)
<b>Octubre-2013</b>	1195	1046	54
<b>Noviembre-2013</b>	1203	1094	55
<b>Diciembre-2013</b>	1224	1196	62
<b>Enero-2014</b>	1228	1208	62
<b>Febrero-2014</b>	1243	1251	64
<b>Abril-2014</b>	1260	1366	66
<b>Julio-2014</b>	1312	1531	51
<b>Septiembre-2014</b>	1344	1572	78
<b>Octubre-2014</b>	1384	1833	83



Como puede verse, la red que más ha crecido este último año es Twitter. En todas hemos estado ganando seguidores, pero en ésta el crecimiento ha superado a Facebook y ha seguido teniendo un crecimiento que se ha agudizado a principio del nuevo curso.

En cuanto a las consultar en las distintas redes, también tienen ciertas diferencias.

	Facebook	Twitter	Google+ (+1)
<b>Octubre-2013</b>	2	18	0
<b>Noviembre-2013</b>	0	7	0
<b>Diciembre-2013</b>	0	5	0
<b>Enero-2014</b>	2	1	0
<b>Febrero-2014</b>	2	3	0
<b>Abril-2014</b>	8	3	0
<b>Julio-2014</b>	8	4	0
<b>Septiembre-2014</b>	7	4	0
<b>Octubre-2014</b>	6	10	0
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>55</b>	<b>0</b>



Google+ no recibe consultas, aunque los seguidores e interacciones hayan crecido este último año. En Facebook y Twitter no se ha podido establecer por qué hay épocas en las que se consulta más en una que en otra red. Sí que es cierto que Twitter, además de ser el medio por el que más consultas se reciben, tiene cierta lógica al recibir más en épocas de principio de curso (octubre).

## Otros

- **Proyecto Tú Decides:** Ha desarrollado acciones encaminadas a proporcionar información y orientación ajustadas y correctas que ayuden a los estudiantes de niveles educativos inmediatamente anteriores al ingreso en la Universidad en una adecuada elección de sus estudios universitarios; que, una vez hayan accedido a los mismos, propicien su plena integración en mundo universitario y, en su caso, faciliten la circulación entre los distintos estudios impartidos en la Universidad, en aras de que disminuya el abandono del sistema y logren la finalización de su educación superior. El proyecto se encuentra activo y se ubica físicamente en la página web del SIU ([www.um.es/siu](http://www.um.es/siu))
- **Jornadas de Información Universitaria:** Participamos en las charlas impartidas en todos los centros universitarios con el fin de promocionar y dar a conocer el Servicio de Información Universitario a los estudiantes de nuevo ingreso.
- **Semana de Bienvenida**
  - Punto de información / entrega de entradas e invitaciones



El SIU es punto de contacto de los alumnos con la Semana de Bienvenida, así como el principal centro de recogida y validación de las invitaciones, entradas a los distintos eventos que se celebran en la SBU

Durante el curso anterior se ha seguido avanzando en el desarrollo e implantación de los *sistemas de calidad*, pasando a tener definidos los distintos procesos que tienen lugar dentro del mismo. Y con la aprobación de planes de mejora, se ha implantado la nueva señalización en los campus de las oficinas de atención al público y se está desarrollando un sistema de cita previa "inmediata".

Participación en el programa de **Corresponsales Juveniles** del Centro Regional de Información y Documentación Juvenil, con la inclusión de dichos corresponsales en el tejido informativo del SIU

El Servicio de Información Universitario ha continuado participando en las actividades e intercambio de información de la **Red de Servicios de Información Juvenil de la Región de Murcia**. Durante este curso se participó en los Encuentros Nacionales de Informadores Juveniles desarrollados en Molina (Granada) y en diversos encuentros regionales en el Albergue de El Valle. Asimismo, este curso formamos parte del grupo de trabajo de esta red que desarrolla el nuevo Portal IJCARM que la Comunidad está desarrollando como proyecto piloto con el gestor de contenidos Liferay

**Eventos UM:** Esta plataforma se creó para satisfacer la demanda por parte de la comunidad universitaria de una herramienta que facilitara la organización de todo tipo de eventos que se desarrollen en el ámbito de la Universidad de Murcia. El Servicio de Información Universitario ha desarrollado las labores de gestión, administración y formación de la plataforma Eventos.

Así, desde el SIU se ha llevado a cabo una serie de actuaciones de gestión y administración de esta herramienta orientadas a facilitar la creación de páginas web. Éstas se han visto complementadas con una labor de formación al usuario tanto mediante la formación directa o in situ como mediante un soporte diario a los mismos vía telefónica o mediante el correo electrónico. Fruto de estas actuaciones se ha colaborado de forma activa con la facultad de Trabajo Social en la gestión de la página web, albergada en esta plataforma, dedicada a la



celebración del I Congreso Internacional de Facultades y Escuelas de Trabajo Social, que tuvo lugar los días 23, 24 y 25 de abril de 2014 en Murcia.

- *CENTUM*

Colaboración en la difusión de actividades de la Conmemoración de los 100 años de la Universidad de Murcia: coincidiendo con la fecha de de inicio para su conmemoración el 6 de diciembre de 1913 como inicio de los actos conmemorativos del Centenario, desde finales de 2013 se inicia el desarrollo de esta actividad.

Esta labor se ha desarrollado desde una doble vertiente:

- Sección Web: Creación de la web [www.um.es/web/centum](http://www.um.es/web/centum) y la posterior gestión de todos sus contenidos.
- Sección Difusión: Creación de los perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter y la posterior gestión de los mismos.

Tanto en lo que respecta a la sección web como a la de difusión, se ha participado en numerosas actividades; así, se han resuelto más de 300 consultas e incidencias a través DUMBO y otras tantas por teléfono y correos electrónicos.

---