



**UNIVERSIDAD DE BURGOS**

## **Creación del “Área de Comunicación Institucional de la Universidad de Burgos”**

**Consejo de Gobierno de 14 de diciembre de 2017**

## **ESTRUCTURA, COMPETENCIAS Y ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

La estructura del Área de Comunicación Institucional de la Universidad de Burgos estará integrada por los siguientes órganos:

**1. Un Director Responsable del Área de Comunicación**, que actuará bajo la dependencia directa del Rector, y que ejercerá las siguientes competencias:

- a)** Dirigir la actividad que sea desarrollada en el marco general del Área de Comunicación Institucional de la Universidad de Burgos.
- b)** Definir, proponer y coordinar las estrategias que conduzcan al establecimiento de relaciones de calidad entre la Universidad de Burgos y los públicos con los que se relaciona (*stakeholders*), con la finalidad de que la institución adquiera la reputación, notoriedad social e imagen pública adecuadas a los objetivos organizacionales, buscando su diáfana alineación con la representación, misión y valores sobre los que se fundamenta la Universidad.
- c)** Establecer objetivos y cronogramas y arbitrar medios y presupuestos económicos para cada campaña de comunicación, supervisando su ejecución, funcionamiento y resultados.
- d)** Dirigir el Gabinete de Comunicación y distribuir el trabajo entre las diferentes áreas implicadas en la Comunicación de la Universidad de Burgos, así como realizar un seguimiento y valoración de su actividad.
- e)** Dirigir, en coordinación con el vicerrectorado competente, las campañas de atracción de nuevos alumnos, que deberán ser abordadas con sentido estratégico y de manera continua e integral, así como las acciones de fidelización de alumnos con el fin de combatir las tasas de abandono.
- f)** Analizar y proponer mejoras respecto de la estética y desarrollo de la identidad visual corporativa e institucional de la Universidad de Burgos en sus instalaciones, soportes y expresiones públicas.
- g)** Definir y mantener las relaciones con los medios de comunicación.
- h)** Establecer acciones que fomenten el espíritu de pertenencia y la implicación de todos los miembros de la comunidad universitaria en los objetivos comunes de la institución y les integre como actores de la comunicación.
- i)** Elaborar un informe ejecutivo anual de la situación de la Universidad en materia de comunicación institucional, reflejando la actividad desarrollada, resultados alcanzados, planificación para el siguiente ejercicio, necesidades y propuestas de mejora.
- j)** Desarrollar cualquier otra iniciativa en consonancia con las finalidades que persigue.

La designación y nombramiento del Director de Comunicación Institucional corresponde al Rector.

2. Quedan integrados en el Área de Comunicación Institucional, bajo la dirección funcional y organizativa del Director Responsable, los siguientes órganos y participantes (véase organigrama, *infra*):

- a) El Gabinete de Comunicación de la Universidad de Burgos que, a partir de este acuerdo del Consejo de Gobierno, incorpora TvUBU y UBU Radio.
- b) El Servicio de Publicaciones e Imagen Institucional.
- c) UBU-Espacio y marketing institucional.
- d) Los servicios de gestión de los perfiles institucionales en redes sociales.
- e) La Unidad de Protocolo.
- f) La Unidad de Cultura Científica.
- g) El portal Web institucional.
- h) La Unidad UBU-Rankings.

Todo ello, no obstante, teniendo en cuenta que algunas de las unidades y servicios indicados también realizan otras labores no relacionadas con funciones de comunicación, que se mantendrán inalteradas.

Asimismo, el Director asumirá la competencia funcional sobre el resto de órganos implicados en las estrategias de marketing y publicidad que tengan por objetivo la captación de nuevos alumnos, la promoción de la imagen de la Universidad de Burgos y su gestión reputacional.

Todos los miembros de la comunidad universitaria, así como sus diferentes estructuras y órganos de gobierno, son potenciales generadores de información, que puede ser objeto de comunicación institucional.

**3. El “Comité de Comunicación”** constituido por el responsable de cada uno de los órganos relacionados en el apartado anterior y que estará presidida por el Director. Dicha Comisión se reunirá, al menos, una vez al semestre y cuando lo considere el Director.

**4. El “Consejo Asesor de Comunicación Institucional de la Universidad de Burgos”,** presidido por el Rector o persona en quien delegue, del que formarán parte, además del Director del Área de Comunicación Institucional, un responsable de comunicación delegado por cada Centro, designado a propuesta de su Decano o Director, un representante del Consejo Social, así como cinco expertos en comunicación, externos al Comité de Comunicación, designados por el Rector.

El Consejo Asesor de Comunicación trabajará como un espacio estable abierto a la presentación, recepción y debate de ideas y propuestas. Se reunirá, a instancia del Rector o persona en quien delegue, al menos, una vez al año. Sus acuerdos tendrán carácter asesor.

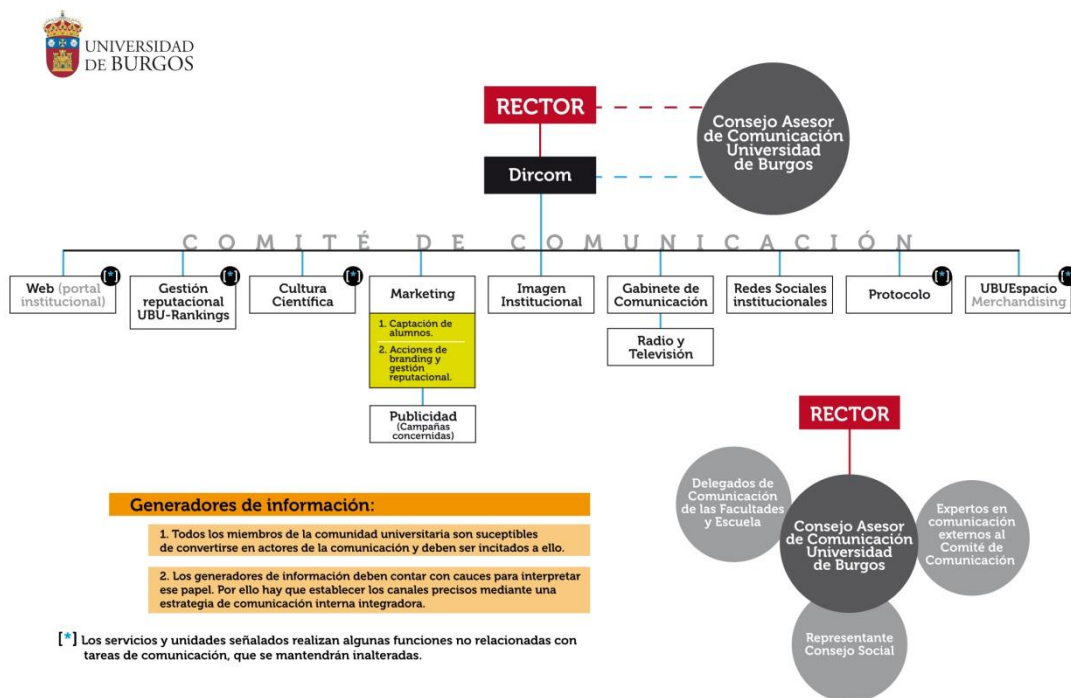
5. En el ejercicio de sus competencias, con carácter general, el Director del Área de Comunicación Institucional podrá requerir a los distintos Centros, Órganos, Servicios,

Unidades y resto del personal de la universidad o agentes implicados directa o indirectamente la colaboración e información necesaria, en materia de comunicación, para la consecución de las finalidades que se pretenden, estando todos ellos obligados a prestarle el auxilio solicitado.

6. Dado su carácter transversal, este Área se encuadra orgánicamente dentro de la Secretaría General.

## *Área de Comunicación Institucional de la Universidad de Burgos*

### **Organigrama Funcional**



**Nota sobre el uso lingüístico de los sustantivos comunes en cuanto al género:** Siguiendo las recomendaciones de la Real Academia Española de la Lengua, el uso genérico del masculino utilizado en este documento se basa en su condición de término no marcado en la oposición masculino/femenino, por lo que se refiere indistintamente a varones o mujeres.