



Nebrija
Universidad

DOCUMENTO DE TRABAJO

PROCEDIMIENTO DIGITAL

Versión	Fecha	Autor	Modificaciones
0.1	21/12/2010	Leire Nuere Salgado	Versión Inicial
0.2	11/04/2011	Iria Rodríguez Pouso	Correcciones
0.2	17/05/2011	Pilar Vélez	Visto bueno
0.3	02/07/2014	Iria Rodríguez Pouso	Actualizaciones
0.4	13/02/2015	Iria Rodríguez Pouso	Actualizaciones



Contenido

1. Punto de partida	3
2. Objetivos	3
3. Alcance.....	4
4. Responsabilidad	4
5. Categorías	4
6. Niveles.....	5
7. Externalización	5
8. Desarrollo	6
9. Seguimiento y control	9
10. Anexo	10

1. Punto de partida

1. Internet se postula como el canal más importante en lo que a las matriculaciones de nuevos alumnos (de grado, postgrado y de formación continua) y a la comunicación de la imagen de la Universidad se refiere.
2. A la hora de actualizar contenidos en la web o crear nuevos micrositos, blogs, solicitar banners publicitarios... son numerosos los interlocutores, por cada departamento, con los que se trabaja produciéndose, en ocasiones, malentendidos por correcciones que hacen diferentes personas (bien pertenezcan al mismo departamento o de departamentos diferentes). Se hace necesario establecer una jerarquía y un protocolo de actuación para ganar en eficiencia y calidad en el servicio ofrecido.
3. Como consecuencia del primer y del segundo punto, los departamentos han comenzado a realizar actividades y a mover contenidos en el entorno 2.0 con las herramientas que encuentran a su alcance, sin seguir las directrices de imagen, mensajes y aprovechamiento (posicionamiento, viralización de contenidos) que la red ofrece.

2. Objetivos

1. Definir el protocolo de actuación a seguir en el área digital cuando se detecten necesidades (por solicitud del departamento o a petición del departamento digital) sobre las categorías que se detallan a continuación.
2. Identificar a un responsable por departamento que se encargue de coordinar junto con el departamento digital todo lo referido a estas cuestiones.
3. Establecer jerarquías de prelación de decisión en caso de controversia en los contenidos que deben aparecer publicados.

3. Alcance

Este procedimiento es aplicable a toda la Comunidad Nebrija. Nebrija Universidad, Nebrija Business School, Nebrija Global Campus, Institutos Nebrija, Fundación Antonio de Nebrija, Residencias Nebrija y los Centros Adscritos que se determinen en Rectorado. Tanto para personal de administración y servicios (PAS), como para personal docente y de investigación (PDI).

4. Responsabilidad

Es responsabilidad de los decanos y directores de departamento que este procedimiento se lleve a cabo, así como de la Dirección de Marketing Digital y Web.

5. Categorías

El tipo de servicios requeridos por los diferentes departamentos de la Nebrija se detallan a continuación:

Online	Categoría
Actualización de contenidos publicados en la web	A/B
Desarrollo de contenidos para nuevos programas	B
Desarrollo de micrositos/páginas web	D
Creación y difusión de creatividades en webs Nebrija	A
Promoción en Internet de acciones y actividades	D
Gestión de peticiones de información	A
Desarrollo de aplicaciones para móviles	D
Formación	A
Social Media	
Apertura de Blogs Nebrija	C
Publicación y difusión de contenidos en los medios del entorno Web 2.0 (redes sociales, blogs, foros, wikipedia) en el que trabaja Nebrija	A
Estrategia conjunta en Social Media	B
Apertura de perfiles sociales y creación de hashtags y etiquetas digitales	B/C

Search&Performance

Posicionamiento en buscadores	B
Estadísticas de acciones	C
Coordinación de actividades en Red (Colaboración Linkbuilding)	B

6. Niveles

Se definen cuatro niveles de actuación¹. Las solicitudes **A** se refieren a servicios que pueden ser atendidos y resueltos en el plazo de una semana laboral siempre y cuando se haya hecho entrega del material necesario (objetivo, mapas, contenidos, especificaciones concretas –diseño, imagen, interacción-, mensaje a transmitir); las **B** en un plazo de 8 días laborables; las **C** en dos semanas laborables; y las **D** tienen un tratamiento diferente, ya que requerirán de la evaluación y valoración de la dimensión de la solicitud en concreto.

La prelación cuando concurren varias solicitudes de departamentos diferentes se regirá por los siguientes criterios:

- Urgencia-Inmediatez con respecto con algún evento relacionado.
- Potencie las ventas de la Nebrija.
- Orden de llegada de las mismas.

7. Externalización

Para determinadas actividades (diseño y desarrollo, posicionamiento y colocación de publicidad online), en algunos momentos determinados de la campaña, así como momentos de saturación de los servicios informáticos de la Nebrija, será necesario contar con las siguientes agencias especializadas en el entorno online, coordinadas por la Dirección de Marketing Digital y Web.

Diseño web: empresa de desarrollo web, que realizará la definición, diseño y programación de páginas web, micrositos y creatividades rich-media principalmente.

¹ Estos niveles son válidos durante todo el año, salvo en los momentos álgidos de la campaña de comercialización (el mes previo a AULA/Feria de Postgrado, y de junio a septiembre a.i.), donde los recursos se centralizan, sin desatender el resto de necesidades de la organización, en la matriculación y otra serie de acciones que forman parte de los planes estratégicos de la Universidad, y pueden verse afectados en retrasos de no más de 2 semanas laborales con respecto al plazo inicial definido.

Campaña en medios: agencia de medios online, que conoce exhaustivamente el océano digital y propone nuevas vías dentro del canal para lograr diferenciarse de la competencia.

Aparte de la externalización de las tareas del equipo online de la Nebrija a un proveedor externo, en ocasiones se requerirá del trabajo conjunto y coordinado con el departamento de sistemas de la Universidad, bien porque se requiera de programación y/o acceso a las bases de datos de la Universidad, o porque el servicio esté referido a las webs alojadas en el espacio .es (Portal del alumnado, Campus Virtual, CorreoWeb, Nebrij@Profesional, Servicios al Profesorado, Portal del PDI/PAS, Rednebrija). En estos casos, el nivel de servicio quedará condicionado a la disponibilidad y carga de trabajo de dicho departamento.

8. Desarrollo

A continuación se detalla el protocolo de actuación.

1. Cada departamento identificará y nombrará a una persona como coordinadora digital de todos los temas que tengan que ver con las categorías enumeradas y/o, en caso de que se hubiera omitido alguna o apareciera una nueva, que se considere que es el Departamento de Marketing Digital quien sea el área competente para resolver. En el caso de que esta persona se ausentara, deberá estar definida aquella a la que el departamento digital se dirigirá para coordinar los desarrollos online. En el caso de que no se hubiera identificado a nadie más, será el director del departamento/decano de la facultad el responsable directo de las gestiones.

2. Dicha persona será informada y formada en las diferentes categorías por parte del Departamento de Marketing Digital, para un conocimiento más ágil de las tareas a desarrollar, así como de las áreas de la web, microsites y creatividades de los que será directamente responsable.

3. El coordinador digital se encargará de centralizar todas las necesidades de su área, así como de su priorización conociendo los criterios de prelación y los tiempos de respuesta (niveles de servicio) de cada tipo de petición. Este apartado implica no solamente hacer de gestor del tráfico de solicitudes, interlocutor, sino que deberá desempeñar una actividad de planificación y de seguimiento de aquellas cuestiones que

conozca de antemano que se vayan a suceder en el tiempo (i.e.: actualización contenidos microsite Jóvenes Emprendedores).

4. Una vez realizada la priorización, **recabará la documentación y/o material audiovisual, así como cuantos requisitos y especificaciones fueran necesarios** para la puesta en marcha de la petición y la enviará a través del sistema de tickets² que se ha implantado en el CAU.

5. Los responsables³ de las áreas de Marketing Digital y Web registrarán la petición y evaluarán, en el conjunto de peticiones, la prelación y orden de ejecución de la misma. En el caso de estar ausente esta persona, la petición la atenderá el alguno de los otros responsables de área y, en su defecto también, cualquiera de los miembros del equipo⁴. Las comunicaciones con el Departamento Digital se realizarán a través de una de las siguientes cuentas de correo electrónico⁵:

- Online: web@nebrija.es
- Social Media: socialmedia@nebrija.es
- Search&Performance: mediosonline@nebrija.es

6. Tras la primera evaluación, y tras hablar con el coordinador digital para recabar la información necesaria, en el caso de que así fuera necesario, **el responsable de área** correspondiente (o, en adelante, quien realice esa función en su defecto) enviará por escrito, por el sistema de tickets, **el tiempo de resolución estimado así como los requisitos a cumplirse** (contenidos, recursos, presupuesto –en el caso en que se decidiera subcontratar-) para que pueda ejecutarse con éxito la petición o trabajo de desarrollo solicitado.

7. Marketing Digital valorará si el trabajo se desarrolla internamente, se requiere de la colaboración conjunta de Sistemas o la externalización a un proveedor. Según lo que se determine, se comunicarán los tiempos y condiciones finales de desarrollo del servicio demandado.

² Solamente serán atendidas las peticiones que lleguen a través del Sistema de tickets y del coordinador digital.

³ En la actualidad, **Online&Social Media**: Iria Rodríguez Pouso, irodrigu@nebrija.es.

Search&Performance: Javier López, jlopezma@nebrija.es.

⁴ **Online**: Elena Mozo, emozo@nebrija.es y David Sol, dsol@nebrija.es. **Social Media**: Gemma Cascales, gcascale@nebrija.es y Miguel Bort, mbortca@nebrija.es. **Search&Performance**: Javier López, jlopezma@nebrija.es.

⁵ Únicamente para aquellas peticiones que no puedan ser gestionadas a través del sistema de tickets.

8. Siempre que fuere posible, durante la ejecución, **se mantendrá al corriente de los progresos** (a no ser que el desarrollo fuera de pequeña entidad y no mereciera la pena, siendo preferible hacer entrega del resultado final) al coordinador para que pueda ir verificando y/o corrigiendo. Para ello, se proporcionará los mecanismos que permitan la visualización de los progresos y pruebas con el fin de realizar los ajustes necesarios.

En el caso de que hubiera sido externalizado el servicio, se proporcionará también un mecanismo de verificación que el Departamento Digital previamente habrá consensuado con el proveedor en cuestión.

En todo el proceso, será este Departamento quien se encargue de la interlocución con el proveedor, a no ser que se consensue expresamente otra cosa.

Se documentarán y registrarán por el sistema de tickets todos los comentarios que se hayan podido ir generando en esta etapa del proceso.

9. Una vez finalizado el servicio, **se pedirá al coordinador que verifique** (él/ella mismo/a o con quien corresponda de su departamento) que el servicio se ha cumplimentado con éxito, debiendo constar el mismo por el sistema de tickets.

10. **Con la aprobación** del servicio **se ejecutarán las acciones** que se hubiesen determinado. En caso de referirse a un documento, curso de formación, u otras acciones que no impliquen un desarrollo stricto sensu, pero que sí pertenezcan al Departamento de Marketing Digital, se emitirá un informe breve del trabajo realizado. Este informe se guardará en una carpeta de Solicitudes Digitales, dentro de la correspondiente carpeta departamental.

11. En caso de **disconformidad con el resultado**, se analizarán las causas y se volverá, en su caso, al **paso 8** para ir realizando las modificaciones oportunas. Si no se llegara a acuerdo, habría que proceder, escalando la cuestión, tal y como se dispone en el siguiente apartado de Seguimiento y Control.

12. **Se cerraría la petición** a través del sistema de Tickets.

9. Seguimiento y control

El Manager⁶ de Marketing Digital y Web se encargará de supervisar semanalmente las peticiones que lleguen y de replantear prioridades en caso de duda o aparición de nuevas circunstancias que alteren el normal devenir del procedimiento establecido. Por su parte, el decano de la facultad, director del departamento, debe hacer lo propio en su negociado. En caso de controversia, estos dos agentes serán quienes resuelvan. En caso de duda manifiesta, se elevará la cuestión al Director de Marketing y Desarrollo Universitario⁷ y/o, en su caso, al Consejo de Gobierno a través del mismo.

Mensualmente se revisarán las solicitudes pendientes y se hará un análisis de la buena marcha y calidad del servicio prestado.

⁶ Enrique Sotto Roque. esotto@nebrija.es

⁷ Bruno Pujol Bengoechea. bpujol@nebrija.es

10. Anexo

Servicios Digitales

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN
Actualización de contenidos en web	Destacados en Home Páginas de departamentos Páginas de titulaciones Noticias y comunicaciones Microsites eventos Banners Multimedia (videos, sonido, animaciones)
Desarrollo de contenidos para nuevos programas	Tener en cuenta los apartados correspondientes Profesores Plan de Estudios Competencias Señas de Identidad o Presentación Cuadro Resumen
Desarrollo de microsites/páginas web	Registro de dominios y hospedaje Búsqueda de contenidos Diseño imagen gráfica Arquitectura del sitio web Diseño de interacciones y formulario de contacto
Creación y difusión de creativities en webs Nebrija	Definición del mensaje y contenidos Selección de los formatos y ubicación Diseño de la creatividad e interacción Implantación de la estadística de uso
Promoción en Internet de acciones concretas	Análisis de los requerimientos Configuración del marketing mix Implantación del plan de medios Seguimiento y ajustes de las acciones
Gestión de peticiones de información	Diseño de las Landing Pages, formularios y miniformularios Recopilación de cupones de portales académicos Filtrado de cupones validos o no de los diferentes medios Carga de éstos en el sistema para su distribución
Desarrollo de aplicaciones para móviles	Diseño de la App Coordinación de las funcionalidades y requisitos
Formación	Detectar necesidades de formación Desarrollar un itinerario formativo a los colaboradores con Online

	Impartir los cursos
Apertura de Blogs Nebrija	Registro del blog Diseño de imagen gráfica Estructura y secciones
Publicación y difusión de contenidos en el Social Media en el que trabaja Nebrija (redes sociales, blogs, foros, wikipedia)	Recopilación y adaptación de contenidos a los Medios Sociales Diseño de creatividades
Estrategia conjunta en Social Media	Definir las acciones por eventos, tipo de Red Social y público objetivo Determinar el valor añadido que pueda aportar cada departamento a estas acciones Coordinar y distribuir el trabajo
Apertura de perfiles sociales y creación de hashtags y etiquetas digitales	Registro de los perfiles Diseño de la imagen gráfica Creación de hashtags y etiquetas digitales
Posicionamiento en buscadores	Monitorización en el ranking de resultados de búsquedas Diseño y desarrollo de las estrategias SEO (Arquitectura y contenidos de la Web y optimización de las referencias externas) Interacción con Redes sociales, SEM y otras acciones de marketing online
Estadísticas de acciones	Diseño previo del esquema de métrica y tráfico online Implantación de las herramientas de analítica de tráfico Explotación de la información para el control y los ajustes de las acciones de marketing online
Coordinación de actividades en Red	Auditoría de presencia en Redes Sociales de Departamentos y Personal de la Universidad Coordinación de acciones y generación de contenidos Estrategia linkbuilding

Relación de Coordinadores Digitales⁸

Zona	Dpto. Responsable	Coordinador Digital
Nuevos Estudiantes	Ventas	Olaf García
Alumnos	SGC	Ángeles Sayago
Alumni	Club Alumni	Sonia Brox
PDI/PAS	RRHH	Maite Uribarri
Presentación	Rectorado	Camino Fernández
Facultades y Centros	VOA	Ana Mosquera
Campus	Rectorado	Camino Fernández
Unidad Técnica de Calidad	UTC	María Matarranz
Nebrija Global Campus	Nebrija Global Campus	Leire Nuere
Servicios de la Universidad		
Alojamiento	Residencias	Marcos González
Estudio de Radio y TV	FCC	Marta Saavedra
Biblioteca	Biblioteca	Rafael Jiménez
Instalaciones	SGC	Ángeles Sayago
Cafetería	Residencias	Marcos González
Publicaciones	Club Nebrija	Sonia Brox
Deportes	Deportes	David de La Fuente
Secretaría	SGC	Ángeles Sayago
Dpto. de Servicios	RRHH	Maite Uribarri
Medios de Comunicación	Comunicación	Sergio Naves
Artes y Letras	FAL	
DLA		María Ortiz / Beatriz González
Bellas Artes		Esther Moñivas
Artes Escénicas		Anabel Rodríguez
Ciencias de la Comunicación	FCC	Marta Saavedra
Ciencias Sociales	FCS	Juan Carlos Fernández
Nebrija Business School	FCS	Juan Carlos Fernández
Escuela Politécnica	EPSA	Nuria Candela

⁸ A fecha de 02/07/2014.



Arquitectura	EPSA	M ^a Isabel Alba
Ciencias de la Salud	CCS	Blanca Laguna
Internacional	Internacional	Paola Vázquez
Actualidad Nebrija	Comunicación Interna	Laura Gómez
Aire Nebrija	Deportes	David de la Fuente
Club	Club Nebrija	Sonia Brox
Nebrija Profesional	Carreras Profesionales	Antonio Pérez
Living Universidad	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto
Blogs y Redes Sociales	Online y Social Media	Iria Rodríguez
Investigación	Vicerrectorado de Investigación	Juan Antonio Maestro de la Cuerda
OTRI	OTRI	Álvaro Bustinduy
Cátedra Dirección Internacional de Empresas	VIA	Gonzalo Solana
Cátedra Responsabilidad Social Corporativa	VIA	Paloma Lledó
Cátedra Desarrollo Sostenible	VIA	Diana Gomez
Cátedra Formación Jurídica Avanzada	VIA	Gonzalo Solana
Cátedra Fomento del Espíritu Emprendedor	VIA	Mario Mateos
Cátedra Inteligencia Ejecutiva y Educación	VIA	Jesús Manso
Becas	Becas	Leonor Borastero
Financiación y Préstamos	Administración	Caridad Olivares
Asistencia y Seguros	RRHH	Maite Uribarri
Microsites Internos		
CEHI	CEHI	Fernanda Rodríguez
Instituto de Lenguas Modernas	ILM	Nuria Mendoza
Instituto de Competencias Profesionales	RRHH	Paloma Lledó
Congreso Acles	DLA	María Ortiz / Beatriz González
Cross Rector	Deportes	David de La Fuente
DADU	DADU	Paloma Lledó
Encuentros de Calidad	UTC	María Matarranz
Escuela de Verano	Deportes	David de La Fuente
Foro Empleo	Carreras Profesionales	Antonio Pérez
Foro Nebrija SGEL	DLA	María Ortiz / Beatriz González
Jornada de Publicidad Digital	FCC	Marta Saavedra

Jornada TFG Artes Escénicas	AAEE	Anabel Rodríguez
Nebrija Grand Tour	BBAA	Esther Moñivas
Polar Raid	Deportes	David de La Fuente
Radio Nebrija	FCC	Marta Saavedra
Residencias	Residencias	Marcos González
Revista LA	DLA	María Ortiz / Beatriz González
Shoot! Nebrija	Marketing Conv. + Online	Myriam Ruiz de Dulanto / Iria Rodríguez
Simposio Cibercultura	AAEE	Anabel Rodríguez
Arquitectura	EPSA	M ^a Isabel Alba
Jornadas de Mecenazgo	AAEE	Anabel Rodríguez
Descubre tu Profesión	Marketing Conv. + Online	Myriam Ruiz de Dulanto / Iria Rodríguez
Congreso Danza Española	AAEE	Anabel Rodríguez
Workshop Economía y Cultura	BBAA	Esther Moñivas
Microsites Externos		
Congreso lenguas	DLA	María Ortiz / Beatriz González
El Contrato Nebrija	Marketing Conv. + Online	Myriam Ruiz de Dulanto / Iria Rodríguez
Festival AdN	FCC	Marta Saavedra
Festival Tocados	FCC	Marta Saavedra
Fundación Nebrija	Fundación Nebrija	Mario Mateos
Generación Nebrija	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto
Hormigas Nebrija	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto
Liga Versus	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto
Living Nebrija	Marketing Conv. + Online	Myriam Ruiz de Dulanto / Iria Rodríguez
MERS	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto
Nebrija Escena	AAEE	Antonio Sierra / Anabel Rodríguez
Nebrija New Leaders	Marketing Conv. + Online	Myriam Ruiz de Dulanto / Iria Rodríguez
Nebrija Tourism Experience	Turismo	Diana Gómez
San Rafael Nebrija	CCS	Blanca Laguna
Tu idea Conduce al éxito	Marketing	Myriam Ruiz de Dulanto

1.1. Diagrama de Flujo

Diagrama de flujo Procedimiento Online



