

# GUIA DE SERVEIS MÒBILS

## DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA

## Guia de serveis mòbils

Guia de serveis mòbils de la Universitat de Barcelona

Primera edició: novembre de 2013

Universitat de Barcelona

Àrea de Tecnologies de la Informació i la Comunicació

Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting

[marqueting@ub.edu](mailto:marqueting@ub.edu)

[www.ub.edu](http://www.ub.edu)



Aquesta guia està basada en la Guia de Serveis Mòbils de la Generalitat de Catalunya i està subjecta a una llicència Reconeixement 3.0 de Creative Commons. Se'n permet la reproducció, la distribució, la comunicació pública i la transformació per generar una obra derivada, sense cap restricció, sempre que se'n citi el titular dels drets (la Universitat de Barcelona). La llicència completa es pot consultar a [creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/legalcode.ca](http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/legalcode.ca)

Dos Campus d'Excel·lència Internacional:

## Introducció

Segons els experts, el canal mòbil serà una via preferent de consulta i tramitació, per davant d'altres com ara la web d'escriptori. La incorporació d'aquest nou mitjà per comunicar-se i oferir serveis requereix un plantejament ordenat que permeti incorporar-lo a l'estratègia multicanal de la Universitat de Barcelona.

Aquest document l'ha elaborat l'Àrea de Tecnologies de la Informació i la Comunicació, juntament amb la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting, i té com a objectiu informar les diferents unitats de la Universitat de Barcelona de com s'han d'abordar iniciatives mòbils.

## Consideracions abans d'encetar una iniciativa mòbil a la Universitat de Barcelona

- El servei o la informació ha de ser accessible des de qualsevol dispositiu. Així doncs, el canal mòbil s'ha d'integrar en una estratègia multicanal. Els usuaris han de tenir una experiència consistent quan interaccionen amb la Universitat de Barcelona a través de qualsevol canal: allò que comencen amb un canal ho han de poder continuar i/o finalitzar per un canal diferent.
- L'enfocament tecnològic de la iniciativa ha de facilitar un accés ampli als usuaris, amb independència de les capacitats del terminal, el sistema operatiu, el navegador, la mida i la resolució de la pantalla. Possibles solucions tecnològiques:
  - Web adaptatiu (*responsive web design*): adapta els continguts i la presentació a la mida de la pantalla del dispositiu que la presenta.
  - Web dedicat a dispositius mòbils: està dissenyat per a la visualització en dispositius mòbils.
  - Aplicació nativa: l'usuari la localitza a la botiga d'aplicacions (App Store, Google Play...) i la descarrega al seu dispositiu mòbil. Permet la interacció amb elements propis del dispositiu mòbil (càmera, GPS, notificacions automàtiques...).
  - Híbrid entre aplicació nativa i web: la part web queda integrada en un contenidor natiu que, a més, pot incorporar funcionalitats natives.
- S'ha de disposar de pressupost per als manteniments correctius i les incidències i també per fer evolucionar la solució: el canviant escenari tecnològic requereix fer adaptacions tecnològiques per continuar assegurant un ampli accés i ús, de manera que en desplegar una iniciativa mòbil no n'hi ha prou amb la inversió inicial de construcció.
- S'ha de contactar amb la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting perquè, quan es planifica l'objectiu d'engegar una iniciativa mòbil amb aplicacions natives, aquesta iniciativa s'alineï amb l'enfocament de la Universitat de Barcelona.

## Aplicacions natives

Quan s'opti per una aplicació nativa, s'ha d'anar més enllà de la mera traducció dels serveis web d'escriptori al format mòbil: s'han d'aprofitar les capacitats que ofereixen els terminals mòbils (GPS, càmera, notificacions automàtiques...) per oferir prestacions específiques per al canal mòbil.

Les iniciatives s'haurien de desenvolupar per a iOS i en Android, amb l'objectiu de facilitar un ampli accés al servei.

## Botigues d'aplicacions

La Universitat de Barcelona comunica la seva presència a les botigues d'aplicacions mitjançant el perfil de publicació «Universitat de Barcelona».

Actualment la UB disposa de perfils de publicació a Google Play i App Store. Totes les aplicacions desenvolupades per iniciativa de facultats i centres, departaments, serveis interns, centres de recerca, instituts de recerca i observatoris propis de la UB s'han de publicar en aquests perfils.

En el cas d'aplicacions desenvolupades per iniciativa d'organismes del Grup UB, de centres adscrits o de centres de recerca, instituts de recerca i observatoris participats per la UB o interuniversitaris, es poden publicar sota el perfil corporatiu o sota el perfil dels promotors.

En el cas que la UB participi en alguna aplicació desenvolupada per iniciativa d'altres organismes oficials, les aplicacions han de penjar del perfil corporatiu de l'organisme promotor, que ha d'incloure la informació referida a la participació de la UB i el seu logotip. En el cas que l'organisme promotor no tingui un perfil a les botigues d'aplicacions, es podrà publicar als perfils de la UB amb el vistiplau de la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting i de l'Àrea de Tecnologies de la Informació i la Comunicació.

## Gratuïtat i publicitat

Les iniciatives mòbils s'han de poder descarregar de manera gratuïta.

Dins l'aplicació mòbil hi pot haver funcionalitats o serveis de valor afegit que siguin de pagament.

Per norma general, les iniciatives mòbils publicades als perfils de la UB han d'estar excloses de publicitat com a mecanisme d'obtenció d'ingressos. No obstant això, en el cas que una iniciativa requereixi incloure algun format publicitari o de patrocini, se n'avaluarà la conveniència i els formats juntament amb la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting.

## Identificació corporativa

Les aplicacions natives desenvolupades per iniciativa de facultats i centres, departaments, serveis interns, centres de recerca, instituts de recerca i observatoris propis de la UB han de mostrar el logotip de la Universitat de Barcelona a la pantalla de presentació (*splash screen*). En el cas que els promotors tinguin un logotip propi, es

podrà incloure també a la pantalla de presentació, correctament harmonitzat amb el logotip de la UB. En aquestes aplicacions es recomana també incloure les sigles «UB» en el nom de l'aplicació.

En el cas d'aplicacions desenvolupades per iniciativa d'organismes del Grup UB, de centres adscrits o de centres de recerca, instituts de recerca i observatoris participats per la UB o interuniversitaris, no és necessari que el logotip de la Universitat de Barcelona s'inclougui en la pantalla de presentació (*splash screen*), però caldrà incloure'l en les seccions interiors referides a la informació de l'aplicació, autoria, promotors, etc.

Les aplicacions web han d'incloure, a la capçalera, el logotip o logotips corresponents; si no hi ha capçalera, en l'apartat que indiqui l'autoria i el promotor de la iniciativa.

Podeu obtenir més informació sobre l'aplicació de la imatge corporativa i els arxius necessaris contactant amb la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting de la UB.

## Idioma

Les aplicacions promogudes per iniciativa de facultats i centres, departaments, serveis interns, centres de recerca, instituts de recerca i observatoris propis de la UB publicades en el perfil corporatiu han d'estar disponibles en català i, si és possible, han d'oferir també la versió en castellà i anglès.

En el cas de les aplicacions desenvolupades per iniciativa d'organismes del Grup UB, de centres adscrits o de centres de recerca, instituts de recerca i observatoris participats per la UB o interuniversitaris es recomana que també estiguin disponibles en català.

S'aconsella que l'aplicació adopti automàticament l'idioma en què està configurat el sistema operatiu de l'usuari.

## Usabilitat i disseny

Les aplicacions natives han de respectar les guies Human Interface Guidelines (HIG) corresponents a les diferents plataformes:

[iOS Human Interface Guidelines](#)

[Android user interface guidelines](#)

## Adaptació al dispositiu destinatari

S'ha de garantir el funcionament per a Android 2.3 o superior i per iOS 5 o superior.

Pel que fa als dispositius Android, presenten una àmplia varietat de mides i densitats de pantalla. S'ha de garantir per a les densitats MDPI (160 DPI), HDPI (240 DPI), XHDPI (320 DPI).

## Descàrrega i rendiment

- Cal minimitzar la mida de l'aplicació. Es recomana que no superi els 20 MB.

- L'aplicació no hauria de requerir gaire velocitat de connexió a Internet.
- L'aplicació ha de poder funcionar sense servei de dades, en la mesura de les seves possibilitats funcionals.
- Cal recomanar a l'usuari que es connecti una xarxa Wi-Fi abans de fer una càrrega o descàrrega voluminosa d'informació.
- Cal limitar les sincronitzacions que requereixin grans intercanvis d'informació a través de la xarxa. En el cas que es requereixi, cal advertir l'usuari que les ha de poder configurar o cancel·lar segons les seves preferències.
- La navegació pels continguts i les pantalles de l'aplicació hauria d'oferir a l'usuari una percepció d'immediatesa i agilitat. En processos que requereixen un temps de resposta més gran, se n'ha de mantenir informat l'usuari.

## Drets d'ús

L'aplicació no pot contenir materials amb drets d'autor propietat de tercers sense la corresponent cessió dels drets d'explotació de forma expressa i per escrit. El material inclòs en l'aplicació ha d'estar subjecte a les especificacions de l'[avís legal](#) de la UB.

## Coordinació d'iniciatives noves

El servei promotor de la iniciativa mòbil ha de sol·licitar la inclusió de la seva aplicació en els comptes corporatius de la UB durant la fase de planificació de la iniciativa, preferentment abans d'iniciar-ne la programació o fer la contractació del projecte.

Cal enviar a [marketing@ub.edu](mailto:marketing@ub.edu) un missatge de correu electrònic informant, mitjançant el formulari *Sol·licitud d'incorporació d'aplicacions mòbils a la UB* que hi ha a l'Annex I d'aquest document, de la intenció de crear una aplicació mòbil.

La unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting farà una primera valoració de l'interès que pot despertar l'aplicació en el col·lectiu de la UB i en el públic extern, quina difusió és convenient i les unitats de la UB que han d'estar implicades en el procés.

La unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting es posarà en contacte amb els responsables de l'aplicació per convocar una reunió amb ells i l'Àrea de Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Segons les característiques de l'aplicació, es contactarà també amb les unitats de la UB que es considerin necessàries.

## Serveis que s'ofereixen des de la UB

Per part de la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting:

- Assessoria en l'ús de la marca UB en les aplicacions de l'entorn UB
- Coordinació entre les unitats de la UB implicades
- Difusió de l'aplicació a través dels canals gestionats per Màrqueting, a petició de les persones interessades

Per part de l'Àrea de Tecnologies de la Informació i la Comunicació:

- Assessoria i acompanyament tecnològic durant el desenvolupament de l'aplicació
- Tasques derivades de la publicació de l'aplicació a les botigues d'aplicacions sota el perfil Universitat de Barcelona
- Manteniment del perfil Universitat de Barcelona a les diferents botigues

## Evolució i manteniment

Cal que les iniciatives mòbils incloses en el procediment de la UB:

- facin el servei d'atenció a les persones usuàries de l'aplicació i la gestió de les incidències que sorgeixin;
- duguin a terme el manteniment de l'aplicació per solucionar les incidències i les actualitzacions necessàries per al bon funcionament de l'aplicació;
- informin de les actualitzacions i millores que s'implementen a la unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting al correu [marketing@ub.edu](mailto:marketing@ub.edu), mitjançant el formulari *Sol·licitud d'actualització d'aplicacions mòbils* que hi ha a l'Annex II d'aquest document, i
- facin el seguiment de la reputació en línia de l'aplicació.

## ANNEX I

### Sol·licitud d'incorporació d'aplicacions mòbils a la UB

DADES DE L'APLICACIÓ	
Nom de l'aplicació	
Descripció de l'aplicació	
Tipus d'aplicació: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Web adaptatiu</li> <li>— Web dedicat a dispositius mòbils</li> <li>— Aplicació nativa</li> <li>— Híbrid aplicació nativa - web</li> </ul>	
Entitat promotora de l'aplicació	
Públic objectiu de l'aplicació	
Data prevista del llançament	
Idiomes de l'aplicació	
Accés: gratuït o de pagament* <small>*Tingueu en compte que les aplicacions de pagament no es poden incorporar al perfil Universitat de Barcelona a les botigues d'aplicacions.</small>	
Dispositius (en el cas d'aplicacions natives): Android, iPhone, Blackberry, altres	
Institucions col·laboradores, si n'hi ha	
Patrocinadors, si n'hi ha	
Empresa desenvolupadora, si n'hi ha	
Logotips que apareixeran	
Observacions o comentaris	



DADES DE LA UNITAT RESPONSABLE	
Nom del dept., servei o unitat responsable	
Persona responsable de l'aplicació	
Cap o responsable de la unitat	

Data de sol·licitud:

Signatura de la persona responsable de l'aplicació

Signatura del cap de la unitat

Segell de la unitat responsable

## ANNEX II

### Sol·licitud d'actualitzacions d'aplicacions mòbils a la UB

DADES DE L'APLICACIÓ	
Nom de l'aplicació	
Data en què es va llançar l'aplicació	
DADES DE L'ACTUALITZACIÓ	
Noves funcionalitats previstes	
Data prevista per a l'actualització	
Incorporació d'idiomes, si escau	
Incorporació de dispositius, si escau (en el cas d'aplicacions natives): Android, iPhone, Blackberry, altres	
Canvis en les institucions col·laboradores, patrocinadors, logotips, etc.	
Observacions o comentaris	

DADES DE LA UNITAT RESPONSABLE	
Nom del dept., servei o unitat responsable	
Persona responsable de l'aplicació	
Cap o responsable de la unitat	

**Data de sol·licitud:**

**Signatura de la persona responsable de l'aplicació**

**Signatura del cap de la unitat**

**Segell de la unitat responsable**