

Università Politecnica delle Marche Facoltà di Ingegneria	ISTRUZIONE OPERATIVA ATTIVITÀ PROMOZIONALE	IOFI.04.1 Rev.02 del 10/05/2013 Pagina 1 di 5
--	---	--

0. INDICE

0.	INDICE	1
1.	PREMESSA	2
2.	INIZIATIVE PROMOZIONALI	2
3.	ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA	3
3.1	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	3
3.2	Invio materiale pubblicitario	4
3.3	Incontri e tavole rotonde	4
4.	VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE	4
5.	ABBREVIAZIONI	4

Rev.	Data	Motivo	Pagina
00	20/03/2007	Emissione	Tutte
01	20/04/09	Codifica	Tutte
02	10/05/2013	Aggiornamento legge Gelmini	Tutte

REDAZIONE: RQF

VERIFICA: RQF

APPROVAZIONE: Preside

Università Politecnica delle Marche Facoltà di Ingegneria	ISTRUZIONE OPERATIVA ATTIVITÀ PROMOZIONALE	IOFI.04.1 Rev.02 del 10/05/2013 Pagina 2 di 5
--	---	--

1. PREMESSA

Nel panorama universitario attuale, che può avere creato disorientamento fra gli studenti e competizione fra le sedi, la Facoltà è consapevole che la promozione dei corsi di laurea all'esterno gioca un ruolo determinante per rendere più visibile il prodotto formativo progettato e sviluppato, e per garantirsi quindi un maggiore successo. Ritiene quindi che si debba fare ogni sforzo per portare l'informazione ai potenziali interessati, sia con l'uso di mezzi tradizionali (depliant, locandine, manifesti, conferenze, incontri con gli studenti delle scuole superiori), sia, ancor più, con l'impiego di mezzi multimediali e telematici (CD pubblicitario, siti Internet).

2. INIZIATIVE PROMOZIONALI

Annualmente vengono organizzate una serie di iniziative promozionali dei Corsi di Studio della Facoltà, con l'obiettivo di svolgere un'azione coordinata di marketing diretto, volta a raggiungere soprattutto (ma non esclusivamente) i potenziali interessati all'iscrizione al 1° anno. L'opportunità di incrementare e rafforzare questo tipo di iniziative deriva dalla necessità di qualificare la Facoltà nel suo insieme, nonché di rendere visibili i suoi Corsi di Studio ad un pubblico il più ampio possibile.

Tale azione è coordinata dall'attività congiunta della Commissione didattica e da una Commissione specifica per i rapporti con l'esterno e le attività promozionali. Queste commissioni danno comunicazione delle attività promozionali progettate al CdF il quale le discute, le approva e le registra nel verbale di seduta.

L'azione di comunicazione viene affidata ad un'azienda operante nel territorio che si occupa da diversi anni di comunicazione d'impresa. L'azienda provvederà quindi ad ideare e progettare l'attività di comunicazione con la supervisione del Preside di Facoltà e delle Commissioni suddette. Una copia originale di tutta la documentazione definitiva elaborata dall'azienda di comunicazione sarà conservata presso l'ufficio di Presidenza. Tali documenti vengono approvati dal CdF e dai Dipartimenti.

Le principali azioni promozionali sono riportate di seguito:

1. Realizzazione per ogni Corso di Studio di depliant, locandine e manifesti illustrativi il piano di studi del corso specifico ed i punti di maggiore interesse per la scelta dello studente, in particolare indirizzi di laurea, numero di esami, aziende partner dei tirocini. I depliant, le locandine e i manifesti contengono anche i numeri telefonici e gli indirizzi e-mail per richiedere chiarimenti sul corso. Inoltre il depliant, tramite la compilazione di un coupon, offre la possibilità di richiedere e ricevere materiale di approfondimento sui Corsi di Studio

Università Politecnica delle Marche Facoltà di Ingegneria	ISTRUZIONE OPERATIVA ATTIVITÀ PROMOZIONALE	IOFI.04.1 Rev.02 del 10/05/2013 Pagina 3 di 5
--	---	--

(Guida alla Facoltà o altro materiale). La locandina e il manifesto, da esporre presso gli istituti superiori marchigiani, riprenderanno in maniera sintetica i contenuti del depliant.

2. Realizzazione di un CD contenente la presentazione dei Corsi di Studio attraverso proiezioni di slides in Power Point con commento sonoro. Esso potrà servire sia alla presentazione dei corsi negli incontri con gli studenti di scuola media superiore, sia alla sua diffusione presso scuole, aziende, associazioni che ne facciano richiesta.
3. Creazione di un database relazionale, suddiviso per aree, contenente: gli indirizzi degli Istituti superiori della regione Marche (richiesti ai vari Provveditorati agli Studi) (circa 150 indirizzi) e gli indirizzi delle aziende/enti/laboratori più significativi della Regione. Il database costituisce lo strumento indispensabile per qualsiasi attività di comunicazione rivolta direttamente ai diplomandi e agli studenti in generale. Nei confronti delle aziende verrà attivata una comunicazione mirata a rendere sempre più ampio lo scambio di informazioni e più efficace la collaborazione con la Facoltà e i Dipartimenti.
4. Inserzioni pubblicitarie su giornali a diffusione regionale e nazionale nel periodo luglio – settembre con la presentazione dei Corsi di Studio, evidenziando i punti di maggior interesse per la scelta dello studente e i numeri telefonici per le informazioni.
5. Trasmissione di spot pubblicitari radiofonici sul territorio marchigiano e nazionale nel periodo luglio - settembre, con l'annuncio dell'avvio del periodo di iscrizione e la comunicazione dei numeri telefonici per informazioni.
6. Creazione di una pagina web specifica (all'interno del sito dell'Università) per ognuno dei corsi di Studio contenente, fra l'altro, il piano di studi e la presentazione dei contenuti dei corsi, nonché tutto il materiale pubblicitario e multimediale realizzato nei punti 1, 2, 5, 6. Il sito contiene informazioni mirate alle specifiche esigenze degli studenti di scuola media superiore e dei diplomati. Inoltre viene prevista la possibilità di interagire direttamente con i responsabili delle notizie. Gli studenti potranno scaricare dal sito la modulistica per iscriversi ai Corsi di Studio, sarà consentito loro di comunicare direttamente con i docenti.

3. ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA

3.1 Ufficio stampa e pubbliche relazioni

Al fine di comunicare con tutti gli interessati e potenziali interessati ai Corsi di Studio, viene attivato un ufficio stampa e pubbliche relazioni che, in collegamento con l'analogo ufficio dell'Università, ha lo scopo di far diventare "notizie" le attività normalmente portate avanti dai Corsi di Studio quali: visite guidate all'interno di aziende, presenza di testimonial ed esperti esterni alle lezioni, realizzazioni di tesi innovative, conseguimento del diploma di laurea.

Università Politecnica delle Marche Facoltà di Ingegneria	ISTRUZIONE OPERATIVA ATTIVITÀ PROMOZIONALE	IOFI.04.1 Rev.02 del 10/05/2013 Pagina 4 di 5
--	---	--

3.2 Invio materiale pubblicitario

Viene realizzata un'attività molto importante mirata alla comunicazione dei Corso di Studio della Facoltà tramite l'invio del depliant e di una lettera di presentazione con particolare attenzione rivolta a fornire indicazioni pratiche per i giovani che si trovano a dover scegliere un percorso di studi futuro. L'Ufficio di Presidenza provvede ad inviare la Guida alla Facoltà o altro materiale di approfondimento sui Corso di Studio a chi ne fa richiesta. Lo stesso Ufficio, coadiuvato da docenti, provvede anche a fornire chiarimenti.

Depliant, locandine e manifesti vengono altresì inviati agli Istituti di scuola media superiore affinché vengano esposti nelle bacheche degli stessi e resi disponibili in segreteria.

Analogamente viene inviato un depliant ed una lettera di presentazione della Facoltà ad aziende potenzialmente interessate (pubbliche e private) al fine di attivare una costante attività di comunicazione, rendendo le stesse più edotte sul tipo di formazione realizzata dai Corsi di Studio e per eventuali inviti ed iniziative realizzate dall'Università.

3.3 Incontri e tavole rotonde

Vengono organizzati incontri con gli studenti di scuola media superiore. Tali incontri avverranno su richiesta, dopo l'invio di depliant, locandine e manifesti di cui al punto precedente. Gli incontri prevedono la presentazione dei Corso di Studio della Facoltà con l'uso anche di materiale multimediale predisposto allo scopo.

Vengono attivate delle tavole rotonde con imprenditori ed istituzioni al fine di promuovere una maggiore sinergia tra mondo istituzionale, formazione e mondo del lavoro. Viene inoltre effettuato un costante monitoraggio del mondo delle aziende (pubbliche e private) al fine di analizzare come i neolaureati vengono impiegati all'interno di esse ed individuare quali sono le professionalità rispetto ai Corso di Studio e loro indirizzi che trovano maggior riscontro nel mondo del lavoro.

4. VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE

L'Ufficio di Presidenza raccoglie tutte le richieste di informazioni ritornate tramite il coupon presente nel depliant inviato agli studenti del V anno delle scuole superiori. Lo stesso Ufficio raccoglie tutte le richieste ed archivia in un database tutti i nominativi degli studenti che hanno inoltrato richiesta per effettuare un controllo incrociato e vedere quanti di loro poi si sono iscritti al 1° anno di uno dei Corso di Studio della Facoltà. E per coloro che non si sono iscritti viene effettuato un sondaggio per conoscere le motivazioni che hanno portato alla scelta.

5. ABBREVIAZIONI

CCoord = Commissione per il coordinamento didattico

Università Politecnica delle Marche Facoltà di Ingegneria	ISTRUZIONE OPERATIVA ATTIVITÀ PROMOZIONALE	IOFI.04.1 Rev.02 del 10/05/2013 Pagina 5 di 5
--	---	--

CdA = Consiglio di Amministrazione

CdD = Consiglio di Dipartimento

CdF = Consiglio di Facoltà

CDid = Commissione Didattica

CdL = Corso di Laurea

CdLS = Corso di Laurea Specialistica

CFU = Crediti Formativi Universitari

CPro = Commissione attività promozionale