0. INDICE

0. INDICE 1
1. PREMESSA 2
2. INIZIATIVE PROMOZIONALI 2
3. ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA 3
3.1 Incontri e tavole rotonde 3
3.2 Attività promozionale per le matricole 4
4. VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE 5
5. ABBREVIAZIONI 5

Rev.	Data	Motivo	Pagina
00	20.03.2007	Emissione	Tutte
01	11.01.2010	Modifiche DM 270/04 e decreti collegati	Tutte
02	11.05.2016	Aggiornamento paragrafi: 2, 3.1, 3.2	2-4
03	15.03.2017	Aggiornamento paragrafo: 3.1	4
04	13.03.2018	Aggiornamento paragrafo: 3.1	4
05	06.03.2019	Aggiornamento paragrafo: 3.1	3

REDAZIONE: RQF	VERIFICA: RQF	APPROVAZIONE: Preside

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 studio (CdS) 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 CdS 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 CdS ad un pubblico il più ampio possibile.

Tale azione è coordinata dall'attività congiunta della Commissione Paritetica per la Didattica di Facoltà e da una equipe di delegati del Preside per i rapporti con l'esterno e le attività promozionali. Il Preside da comunicazione delle attività promozionali progettate al CdF il quale le discute, le approva e le registra nel verbale di seduta.

Le principali azioni promozionali che possono essere attivate sono:

1. Realizzazione della Guida alla Facoltà contenente: La storia della Facoltà, l'offerta didattica, I servizi per gli studenti, e le modalità per iscriversi.
2. Realizzazione per ogni CdS 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 CdS (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.

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.
4. Inserzioni pubblicitarie su giornali a diffusione regionale e nazionale nel periodo luglio – settembre con la presentazione dei CdS, 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 CdS 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 CdS, sarà consentito loro di comunicare direttamente con i docenti.

3. ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA

3.1 Incontri e tavole rotonde

Vengono programmati dall'Ateneo incontri con gli studenti di scuola media superiore ("Progetta il tuo futuro", "Guardando al futuro" e "Open day: viene a conoscere UNIVPM"). Gli incontri prevedono la presentazione dei CdS della Facoltà con l'uso anche di materiale multimediale predisposto allo scopo da parte di docenti designati dalla Facoltà.

L'Ateneo organizza anche delle giornate di orientamento con gli studenti ("Una scelta magistrale") che offrono un'occasione unica per ricevere consigli e suggerimenti di cosa sia meglio per il futuro professionale.

L'Ateneo organizza inoltre una settimana di incontri denominata Your Future Festival (YFF) che ha l'obiettivo di valorizzare le città (territorio) nelle quali l'università opera, come luoghi capaci di innovare grazie all'intraprendenza delle sue persone e alla presenza di forti reti fra gli attori. Nell'ambito di YFF l'Ateneo organizza la manifestazione Career Day "Incontra il tuo futuro" per promuovere l'integrazione tra l'Università e il mondo del lavoro. Sono previsti una serie di incontri di orientamento alle professioni della Facoltà, in cui intervengono esperti del mondo del lavoro, rivolta agli studenti laureandi e ai laureati.

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 CdS e loro indirizzi che trovano maggior riscontro nel mondo del lavoro.

L'Ateneo ha costituito una task force, formata da quattro docenti di ogni area, che parteciperà agli eventi di orientamento sul territorio organizzati dalle singole scuole che invitano le università, oltre che ai saloni e alle fiere.

3.2 Attività promozionale per le matricole

Ogni anno a settembre, la Facoltà programma la "Settimana zero", dedicata all'accoglienza e all'inserimento dei nuovi iscritti. Questa iniziativa consiste in una serie di incontri dei docenti con le matricole allo scopo di illustrare:

- le finalità culturali e gli obiettivi formativi della disciplina nell'ambito del corso di laurea;
- i fondamenti concettuali di ciascuna disciplina;
- la metodologia di ricerca specifica della disciplina;
- il metodo di studio consigliato;
- l'uso dei test e di altre letture integrative;
- le modalità di svolgimento delle lezioni e delle esercitazioni, ove previste;
- le modalità di svolgimento e i criteri di valutazione dell'esame finale;

- quant'altro ciascun docente ritenga opportuno comunicare sulla base della propria sensibilità didattica.

Le matricole vengono suddivise in gruppi in base all'ordine alfabetico dei loro cognomi e seguono gli incontri come indicato nel programma dell'iniziativa a partire dalle ore 9,30 alle 16,30. Sono previsti incontri con i giovani laureati della facoltà e visite guidate alle strutture interne (biblioteca, laboratori, centro linguistico, ecc.) e un precorso di matematica.

4. VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE

L'efficacia dell'attività promozionale viene valutata al termine delle iscrizioni dell'anno accademico confrontando il numero degli iscritti provenienti dai vari Istituti contattati nell'attività di orientamento promozionale.

5. ABBREVIAZIONI

CdD = Consiglio di Dipartimento

CdA = Consiglio di Amministrazione

CdF = Consiglio di Facoltà

CdD = Consiglio di Dipartimento

CDid = Commissione Didattica

CdS = Corso di Studio

CCS = Coordinatore Corso di Studio

CFU = Crediti Formativi Universitari

CAM = Commissione Analisi e Miglioramento

CPD = Commissione Paritetica per la Didattica