INDICE

PREMESSA 2

1. INIZIATIVE PROMOZIONALI 2

2. ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA 3

2.1 Invio materiale pubblicitario 3

2.2 Incontri e tavole rotonde 4

3. VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE 4

Rev.	Data	Motivo	Pagina
00	20/03/2007	Emissione	Tutte
01	11/01/2010	Modifiche DM 270/04 e decreti collegati	Tutte
02	13/05/2013	Modifiche Legge 30/12/2010 n. 240 e DM 30/01/2013 n. 47	Tutte
03	20/03/2019	Modifiche contenuti attività promozionali	Tutte

REDAZIONE: RQD	VERIFICA: RQD	APPROVAZIONE: Direttore
F.to Prof. Giuseppe Scarponi	F.to Prof. Giuseppe Scarponi	F.to Prof. Paolo Mariani
_____	_____	_____

PREMESSA

Nel panorama universitario attuale, che può avere creato disorientamento fra gli studenti e competizione fra le sedi, il Dipartimento è consapevole che la promozione dei corsi di studio 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).

1. INIZIATIVE PROMOZIONALI

Annualmente vengono organizzate una serie di iniziative promozionali dei Corsi di studio del Dipartimento, 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 il Dipartimento nel suo insieme, nonché di rendere visibili i suoi Corsi di Laurea e di Laurea Magistrale ad un pubblico più ampio possibile.

Tale azione è coordinata dall'attività del CCdS che si avvale della collaborazione del gruppo qualità di ogni CdS. Questo gruppo dà comunicazione delle attività promozionali progettate al CdD il quale le discute, le approva e le registra nel verbale di seduta. Si prevede un'azione di supporto del CESMI (centro servizi multimediale e informatici).

In caso di necessità l'azione di comunicazione potrà essere affidata ad un'azienda operante nel territorio che si occupa di comunicazione d'impresa. L'azienda provvederà quindi ad ideare e progettare l'attività di comunicazione con la supervisione del Direttore di Dipartimento e dei CCdS. Una copia originale di tutta la documentazione definitiva elaborata dall'azienda di comunicazione sarà conservata presso il Nucleo Didattico. Tali documenti vengono approvati dal CdD.

Le principali azioni promozionali che possono essere intraprese sono riportate di seguito:

1. Programma di Ateneo "Progetta il tuo Futuro".
2. Partecipazione al Progetto Piano Nazionale Lauree Scientifiche in Scienze Biologiche e Scienze Naturali e Ambientali rivolto agli studenti delle scuole superiori.
3. Realizzazione per tutti i Corsi di Studio di depliant illustrativi il piano di studi del corso specifico ed i punti di maggiore interesse per la scelta dello studente, in particolare corsi di

insegnamento, numero di esami, aziende partner dei tirocini. I depliant contengono anche i numeri telefonici e gli indirizzi e-mail per richiedere chiarimenti e ricevere materiale di approfondimento sui Corsi di Studio (Guida al Dipartimento o altro materiale).

4. Realizzazione di manifesti e locandine da inviare ed esporre presso gli istituti superiori marchigiani che riprendono in maniera sintetica i contenuti dei depliant di cui sopra.
5. 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.
6. 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.
7. Creazione di una pagina web specifica (all'interno del sito dell'Università) per ciascun corso 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 e 3. 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 comunicare direttamente con i docenti attraverso la posta elettronica.

2. ATTIVITÀ PROMOZIONALE DIRETTA

2.1 Invio materiale pubblicitario

Viene realizzata un'attività molto importante mirata alla comunicazione dei CdS del Dipartimento 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. Il Nucleo Didattico provvede ad inviare la "Guida ai corsi del Dipartimento" o altro materiale di approfondimento sui CdS a chi ne fa richiesta. Lo stesso Ufficio, coadiuvato da docenti, provvede anche a fornire chiarimenti.

I depliant vengono altresì inviati agli Istituti di scuola media superiore affinché vengano esposti nelle bacheche degli stessi e resi disponibili in segreteria.

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

3. VALUTAZIONE ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Importanti elementi per la valutazione dell'attività promozionale vengono tratti dai questionari d'ingresso compilati dagli studenti all'immatricolazione tramite procedura on-line. In questi viene richiesto agli studenti di indicare qual è stato il mezzo di comunicazione attraverso il quale hanno appreso dell'esistenza del Dipartimento di Scienze della Vita e dell'Ambiente. Viene inoltre richiesto loro di dare un giudizio sui mezzi di comunicazione/informazione e di promozione predisposti dal Dipartimento.