

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA	Data: 05/ juny/ 2024
PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials	Versió: 2.0 Pàgines: 6
Gestor: Cap Màrqueting i Comunicació	

PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials

Elaborat per:	Revisat per:	Aprovat per:
Cap de Màrqueting i Comunicació	Cap de Màrqueting i Comunicació	Comissió de Qualitat de la UVic-UCC (CQC)
Data: 27/05/2024	Data: 27/05/2024	Data: 05/06/2024

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA	Data: 05/ juny/ 2024
PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials	Versió: 2.0 Pàgines: 6
Gestor: Cap Màrqueting i Comunicació	

Relació de versions realitzades

Versió	Data	Descripció
v0	10 juliol 2017	Redacció inicial
v0	12 novembre 2018	Revisió sense canvis substancials
v1	05 juny 2023	Canvi de format, abast i alineació amb UVic-UCC
v2	05 juny 2024	Traspàs dels apartats "grup d'interès" i "indicadors" dels processos cap als procediments. Introducció dels apartats "revisió i millora" i "rendició de comptes".

1 Objectiu

Establir les actuacions a realitzar per la captació d'estudiants, d'acord amb el perfil definit i l'oferta de places de cada titulació.

2 Àmbit d'aplicació

Aplica a les titulacions oficials de grau i de màster de la Fundació Privada Elisava Escola Universitària (FPEEU).

3 Gestor

Cap de Màrqueting i Comunicació

4 Grups d'interès

Futurs/res estudiants (públic objectiu)

Personal Docent i Investigador – PDI

Persona d'Administració i Serveis – PAS

Teixit social de l'àrea d'influència de la Universitat

5 Cadena de responsabilitats

Consell de Direcció: estipular les principal línies estratègiques de Universitat i els seus objectius.

Àrea de Màrqueting i Comunicació: responsable de dissenyar i implantar l'estratègia de captació de matrícules de títols oficials de graus i màsters universitaris.

Cap de Màrqueting i Comunicació: fer l'anàlisi dels perfils d'ingrés i sortida de les titulacions del centre i detectar necessitats de captació, conjuntament amb la Direcció acadèmica i Direcció general. Seguiment i participació del desenvolupament de les diferents actuacions estratègiques entre la facultat i departament de Màrqueting i Comunicació.

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA	Data: 05/ juny/ 2024
PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials	Versió: 2.0 Pàgines: 6
Gestor: Cap Màrqueting i Comunicació	

Direcció general: fer l'anàlisi dels perfils d'ingrés i sortida de les titulacions del centre i detectar necessitats de captació, conjuntament amb el/la Cap de Màrqueting i Comunicació. Estipular sota el marc principal d'actuació les principals accions de la facultat/centre.

Estudiants: reben l'execució de les accions. Alguns retornen enquesta amb l'objectiu de valorar l'eficàcia de les accions.

Teixit social (public prescriptor): reben l'execució d'algunes accions que tenen l'objectiu de millorar la prescripció dels nostres títols.

6 Descripció

Cada curs acadèmic des d'Elisava es posa en marxa un pla d'accions amb l'objectiu de captar matrícules o nous/ves estudiants, treballat en el marc del pla de màrqueting estratègic. Aquest procediment desplega una sèrie d'accions en diversos àmbits per a la difusió de l'oferta de graus i màsters i busca generar i sistematitzar la captura de contactes de possibles interessats/des (leads) per a realitzar accions de seguiment posteriors i evolucionar aquests leads cap a la matrícula.

Podem resumir el conjunt d'accions en aquestes grans àrees:

1. Captació (matrícules)
2. Prescripció dels col·lectius que poden incidir en la decisió de l'estudiant
3. Posicionament (branding), cadascuna de les activitats i esdeveniments són planificats, revisats i aprovats per la direcció de Màrqueting i Comunicació conjuntament amb els/les responsables de les titulacions.

Accions de cada àrea

1. Captació:

- Visites als centres de secundària- Xerrades d'orientació Universitària
- Tallers específics als instituts i cicles formatius
- Fires territorials diverses
- Saló de l'Ensenyament i Futura
- Jornada de Portes Obertes
- Atencions personalitzades (presencials i online)
- Campanya de publicitat específiques per graus i màster a diferents canals tradicionals i digitals (captació de *leads*)

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA	Data: 05/ juny/ 2024
PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials	Versió: 2.0 Pàgines: 6
Gestor: Cap Màrqueting i Comunicació	

- Premi al Treball de Recerca
- 2 beques de 50% per al màster i 8 beques per als graus de 50% (durant els 4 anys)
- Contact Center: tractament dels leads recollits al llarg del curs: mailings, newsletters, atenció telefònica...
- . Posicionament- branding
- Campanyes de posicionament de la marca FPEEU – ex: el manifest i altres audiovisuals en la mateixa línia Monogràfics – Simulació de publicity als principals diaris del país (treball conjunt amb l'Àrea de Comunicació.
- Web, blogs i les diferents Xarxes Socials de la institució

El desenvolupament seqüencial de les tasques a realitzar és el següent:

Al setembre s'inicia el nou curs pel que fa l'estratègia de captació de leads, amb les xerrades que es porten a terme als centres de secundària, i algunes fires territorials, també els diferents tallers que s'han programat i comunicat. Totes aquestes activitats es van realitzant al llarg de tot el curs. El març es celebra el Saló de l'Ensenyament i Futura i el mateix cap de setmana s'inicien les Jornades de Portes Obertes. Al llarg dels següents mesos comencem les diferents campanyes de publicitat que s'extenen fins a principis de juliol. Remarcant que el contact Center està actiu tot l'any tot i que abril maig i juny s'intensifica el seguiment i tractament de leads amb l'objectiu d'assolir la màxima conversió de leads a matrícules.

7 Revisió i millora

El procediment es revisa anualment i la responsabilitat de fer-ho recau en la persona gestora del procediment i en última instància al/la propietari/ària del mateix. Aquestes figures valoren la idoneïtat del funcionament i, si escau, decideixen implementar propostes de millora.

8 Rendició de comptes

A la Junta d'Escola, on estan representats tots els col·lectius d'ELISAVA, s'informa dels canvis i millores implementades als processos i procediments. Alhora, es publiquen tots els processos i procediments a la web d'ELISAVA dins l'apartat de Qualitat.

9 Documentació associada (INPUTS)

[PMQ](#)

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA	Data: 05/ juny/ 2024
PO01_FPEEU_Pr01 Accions informatives als estudiants potencials	Versió: 2.0 Pàgines: 6
Gestor: Cap Màrqueting i Comunicació	

10 Registres (OUTPUTS)

REGISTRE	SUPORT	UBICACIÓ	CUSTÒDIA	TIPUS_EVID
PO01_FPEEU_Pr01_Rg01 Estratègies captació i posicionament	Digital	OneDrive>Accions informatives	Àrea de MiC	accés restringit

11 Indicadors

U_ACA002	Nombre total de places ofertes
U_ACA003	Demanda en 1ª opció (%)
U_ACA005	Assignació en 1ª opció (%)
U_ACA011	Estudiants de nou ingrés per places ofertes (%)
U_ACA041	Percentatge d'estudiants estrangers

12 Fluxograma

https://universitatdevic.sharepoint.com/:u:/t/adq/EZ-vpYKPwshFqssIT2ekBxwB8OKgoctBotK_m1N4LMKjug?e=FpDMdr

