

En el ámbito del **Marketing y la Promoción Institucional** se destacan, a continuación, las acciones más significativas llevadas a cabo durante los últimos cuatro años:

- Se han realizado estudios que nos han permitido **identificar las demandas de nuestros potenciales estudiantes** y los mecanismos más eficaces para acercarnos a ellos.
  - El centro de información ha participado junto con el grupo de trabajo que reúne a técnicos de los Servicios de Información y Orientación de las universidades españolas en encuestas para tratar de identificar cuáles son los motivos que les impulsan a elegir entre las diferentes alternativas que disponen y cuáles son los medios a los que recurren para obtener dicha información, que junto con las encuestas propias que se realizan durante la matrícula de nuestros estudiantes ayudan a identificar los canales por los que promocionar nuestros estudios.
  
- Hemos impulsado **campañas y actividades específicas de promoción y marketing de los estudios** de la UAH:
  - Hemos potenciado iniciativas ya existentes como la **Jornada de “Universidad Abierta / Open Day”** y promovido otras nuevas.
  - Aprovechamiento del potencial de **Internet y las redes sociales** para el desarrollo de estas campañas, incidiendo en aquellas titulaciones donde existan mayores dificultades para completar la matriculación.
  
- Desde el Centro de información se ha coordinado el envío de las **cartas de bienvenida** por parte del Rector a los nuevos estudiantes admitidos en la universidad una vez acabada la EvAU y, al inicio de curso, a los estudiantes que han formalizado su matrícula perteneciendo por tanto a nuestra Universidad.
  
- Desde el área de diseño e imagen se ha realizado un importante trabajo en **diseño gráfico, producción de materiales y organización de eventos de carácter promocional externo** como ferias educativas (Semana de la Educación en IFEMA y UNIFERIA entre otras), así como eventos organizados por la propia Universidad como Universidad Abierta/Open Day o las Jornadas de Puertas Abiertas destinadas a los estudiantes de educación secundaria. En el período post-confinamiento se ha querido dar más importancia al **material digital** y para ello se han revisado todos los folletos informativos de los distintos grados, para adaptarlos a una difusión digital.

- La promoción de nuestros estudios realizada por nuestro Departamento obtuvo una gran repercusión en AULA (presencial en 2018, 2019 y 2020, y virtual en 2021), creando un verdadero **impacto en redes sociales**, comprobable en los hashtags utilizados como #VoyASerUAH (con un alcance de 10.000.000 de personas) y #ODScompromisoUAH (con un alcance de 8.200.000), incluyendo el compromiso con la Agenda 2030.



- Durante el período 2018-2021, se ha procedido a la **renovación integral de la oficina del Centro de Información Universitaria** en el edificio del Rectorado de la universidad dotándolo de una imagen renovada, más moderna, limpia y acorde a la imagen de otros espacios de la universidad. Además, gracias a la implantación del *Call Center*, el Centro de Información ha continuado dando servicio durante todos estos años, incluso durante el periodo de confinamiento. El departamento de información ha estado ayudando, a su vez, en la implantación, entrenamiento y depuración de las respuestas que ofrece el asistente virtual de información implantado en la web de la universidad (“Isidra”).
- En el área de imagen, se ha trabajado en la **creación de materiales gráficos y audiovisuales** que contribuyan a un mejor conocimiento de los estudios que se imparten en la UAH, y de las actividades que se realizan en la Universidad. Han tenido como objetivo principal apoyar la difusión de los principales valores de la UAH (historia, cultura, internacionalización, empleabilidad, compromiso social e investigación) entre su público.
  - Para ello se han realizado diversos **vídeos promocionales e informativos** de la Universidad dirigidos tanto a futuros estudiantes como a la propia comunidad universitaria. Como ejemplo de estos proyectos podemos mencionar los vídeos informativos de fechas de matrícula, vídeos promocionales que han servido para difundir entre el público de la UAH eventos como la Noche de los Investigadores, Semana de la Educación en IFEMA y Universidad Abierta/Open Day, además de piezas audiovisuales que tienen como objetivo dar a conocer a la comunidad universitaria los alumnos históricos destacados de la UAH.
  - De igual forma, se han producido **contenidos audiovisuales para otros entes, departamentos y servicios de la Universidad**, como son el Instituto Quevedo del Humor o la Fundación General de la Universidad de Alcalá. Durante estos años una parte fundamental del trabajo se ha dirigido a apoyar los canales de difusión de información de la Universidad: Diario Digital y Redes Sociales.

- También, se ha elaborado **material audiovisual** y se ha coordinado con la oficina tecnológica la emisión de diapositivas a través de las pantallas electrónicas ubicadas en las distintas facultades y escuelas con objeto de difundir las principales noticias y actividades de la universidad. Dichas pantallas están ubicadas principalmente en las entradas de las facultades y escuelas, con lo que, creemos, se logra un importante impacto en los estudiantes.
- **Estrechar las relaciones con los Institutos de Educación Secundaria y Formación Profesional**, tanto en nuestro entorno más cercano como en aquellas áreas más distantes, en las que pueden captarse potenciales estudiantes para la Universidad. En particular, nos proponemos seguir impulsando el **programa de 4º ESO + Empresa**, promover la participación de la Universidad en otros programas similares, y revisar y **mejorar el Programa de Puertas Abiertas y visitas a institutos**.
  - La universidad ha seguido desarrollando el programa de Jornadas de Puertas Abiertas de la Universidad en las que año tras año participan más de 80 centros de enseñanza secundaria y que durante los años de pandemia se han continuado realizando de forma virtual.
  - Por otro lado, la Universidad ha participado en el programa 4ºESO+Empresa, que pretender reforzar el conocimiento de la universidad entre los estudiantes de secundaria, aunque actualmente este programa se encuentra suspendido por la Comunidad de Madrid.
  - Igualmente, se han tramitado **Prácticas de Formación en Centros de Trabajo** para alumnos de Formación Profesional que lo han solicitado a través de sus centros. Esta gestión se realiza junto con la Gerencia.
- Se ha seguido participando en **ferias y salones educativos de atención al estudiante**, con el fin de presentar y difundir nuestra oferta educativa. Además de AULA, estudiaremos la posibilidad de participar en otras ferias nacionales que puedan resultar de interés para la UAH.
  - **Semana de la Educación (AULA)**. Esta feria antes del confinamiento se realizaba de forma presencial junto con la feria de postgrado; después del confinamiento, solo se ha realizado una feria AULA de grado y de postgrado, pero en forma virtual y por supuesto la UAH también ha participado en ambas.
  - La UAH también ha participado en ferias de carácter virtual como **UNIFeria** independientemente que fuera antes o después del confinamiento.
  - Desde el Departamento de Comunicación se sigue atendiendo las múltiples ofertas de participación en ferias, que nos llegan continuamente. Cada invitación

se estudia detenidamente, y se analiza el posible impacto que podría tener entre los asistentes a esas ferias educativas nuestra oferta educativa. En función de los resultados se decide si la asistencia es conveniente o no. En este sentido, el pasado curso se participó en una feria de postgrado llamada **ESPECIALIZA-T**.

- Desde la Fundación General de la Universidad de Alcalá, se ha concebido la **Tienda de la UAH** como un instrumento para promocionar la Universidad y generar un sentimiento de identidad compartida entre todos los miembros de la comunidad universitaria. Del mismo modo, **Visitas Guiadas** contribuye cada día con su labor a dar a conocer el pasado y el presente de la Universidad de Alcalá, visitando:
  - La Universidad Cisneriana y Capilla universitaria
  - El Palacio de Laredo
  - El Jardín Botánico