



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

Escola Politècnica Superior d'Enginyeria  
de Manresa



# Pla de Promoció de l'EPSEM

**Acord CP.EPSEM/2023/08/28, de 14 de juny de 2023,  
de la Comissió Permanent de l'EPSEM.**



## Pla de Promoció de l'EPSEM

Responsable de l'elaboració	Responsable de l'aprovació	Data aprovació
Sotsdirector/a de comunicació i estudiantat	Comissió Permanent	14/06/2023

RESUM DE REVISIONS		
Versió	Descripció	Data aprovació
v1	Versió inicial del Pla de Promoció de l'EPSEM	13/07/2017
v2	Versió actualitzada amb el contingut de les accions actuals	14/06/2023

## **Introducció**

La UPC Manresa capta la gran majoria dels estudiants a la Catalunya Central, però pel fet de tenir graus singulars, cada vegada pot arribar a un abast més gran. Per aconseguir captar l'atenció de l'estudiantat cal fer una promoció adequada, explicar els graus i la nostra manera de treballar, per això és molt important la realització d'un pla de promoció.

Per dissenyar el pla de promoció, ens haurem de marcar uns objectius i un públic a qui arribar i seguidament caldrà realitzar un seguit d'accions per promocionar els estudis de manera adequada,

En aquest document es descriuen els objectius, el públic d'interès, el missatge a transmetre, els canals a utilitzar i, finalment, les accions de promoció proposades.

## **Objectius**

L'objectiu del pla de promoció és visibilitzar la UPC Manresa com a universitat de qualitat, fent visibles els estudis que s'hi imparteixen, les instal·lacions, les activitats de docència i recerca del professorat i també les activitats de l'estudiantat. Cal destacar els trets diferencials de l'escola com el tracte personalitzat i la proximitat amb l'estudiantat. D'aquesta manera es podrà crear una imatge positiva, de qualitat, que faci destacar l'escola com un entorn proper on es pot fer un bon aprenentatge.

## **Públic objectiu**

El nostre públic principal és l'estudiantat de batxillerat i CFGS, que poden entrar en breu a la universitat. Però també hi ha altres públics que són del nostre interès per diferents motius. A continuació s'enumeren de manera justificada els diferents públics que són d'interès:

- Estudiantat de batxillerat i CFGS que ja estan en el moment d'entrar a la universitat.
- Estudiantat d'ESO que té interès per planificar el seu batxillerat.
- Estudiantat de primària que encara no coneix la tecnologia, per crear vocacions.
- Familiars dels joves que poden assessorar-los en l'elecció.
- Professorat de secundària, que pot orientar el seu alumnat.
- Persones ja graduades que poden continuar els seus estudis amb màsters, postgraus, formació continuada o doctorats.
- Alumni, que poden recomanar els nostres estudis.
- Ciutadania en general.

## **Missatge**

El missatge que es vol transmetre no és únic. Malgrat s'utilitza per a tot el públic objectiu, alguns dels missatges estan especialment pensats per alguns dels col·lectius.

- Ensenyament de qualitat.
- Recerca puntera.
- Estudis singulars únics al país.
- Tracte proper i personalitzat amb l'estudiantat de l'escola.

## **Canals**

Per fer la promoció s'utilitzen diversos canals, en funció del públic objectiu i el missatge a comunicar.

- Presentacions orals o tallers
- Fires
- Correu electrònic, quan es vol arribar a persones concretes.
- Pàgina web de l'escola
- Xarxes socials (Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, Youtube, LinkedIn)
- Mitjans de comunicació (premsa en paper i format digital, ràdio i televisió)
- Pancartes
- Díptics informatius

## **Accions**

Durant tot el curs es fan diverses accions de promoció, amb diferents missatges i per diferents canals, segons el públic objectiu.

- Xerrades informatives dels graus i màsters de l'escola de l'escola.
- Assistència a fires per donar a conèixer els estudis de l'escola.
- Jornades de portes obertes.
- Atenció personalitzada a les famílies.
- Publicitat a mitjans de comunicació, Google i xarxes socials.
- Publicitat a esdeveniments esportius, culturals o tecnològics.
- Lliurament de díptics informatius.
- Lliurament de marxandatge.

Manresa, juny de 2023