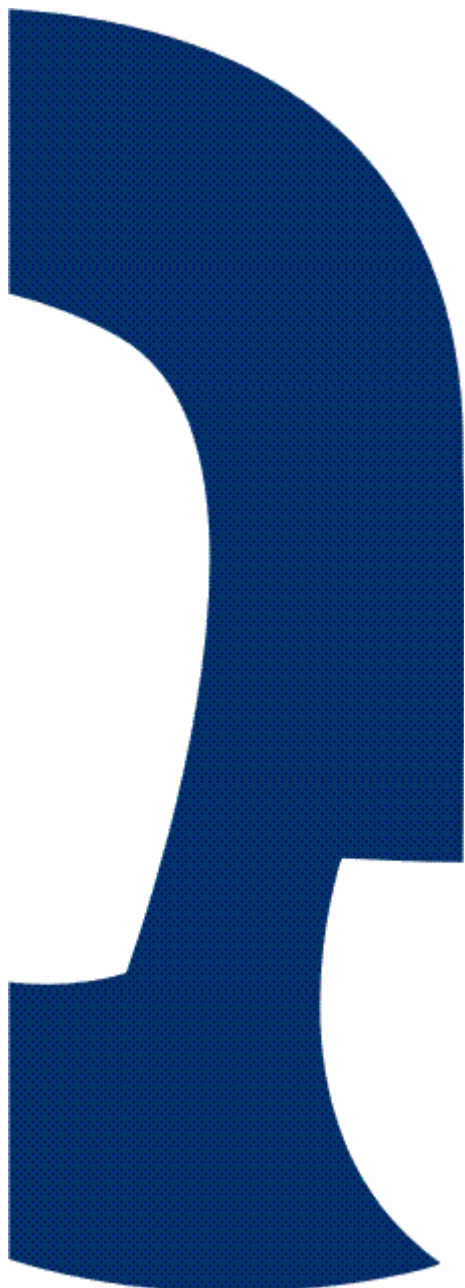


PLAN DE CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES



Estructura de Teleformación

Mayo 2017

Aprobado en la Comisión de Acción Tutorial y en el Consejo de Dirección de la Estructura de Teleformación de 31 de mayo de 2017

PLAN DE CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES

PLANTEAMIENTO

La adaptación de las Universidades al Espacio Europeo de Educación Superior exige un nuevo modelo de trabajo y orientación del estudiante. La ULPGC ha establecido en su normativa la necesidad de que sus Centros y Facultades cuenten con un Plan de Captación de Estudiantes.

La Estructura de Teleformación ULPGC tiene un Sistema de Garantía de Calidad que establece, a este respecto, los distintos parámetros y procedimientos que se deben aplicar en cada una de sus actuaciones. Dentro de dicho Sistema de Garantía de Calidad se encuentra el Proceso Clave de Perfil de Ingreso y Captación de Estudiantes (PCC01).

La finalidad del Plan de Captación es el de optimizar los recursos empleados por la ULPGC en la organización de su docencia, llegando a la mayor parte de potenciales estudiantes de nuestras titulaciones y a su vez intentando lograr el mayor número de estudiantes matriculados en las mismas.

Para ello se pretende informar a los futuros estudiantes de la totalidad de la oferta formativa de la ET, despertando el interés de los mismos por las distintas titulaciones impartidas según su perfil personal e interés profesional futuro a través de la identificación de las acciones más pertinentes para lograr dicho objetivo.

Se prestará especial atención en las titulaciones con peores porcentajes de plazas de nueva creación ocupadas en primer curso en el año académico en curso.

El Plan de Captación al Estudiante de la ET consta de distintas fases;

- I.- Elaboración de material publicitario.
- II.- Campaña de publicidad previa a las jornadas de puertas abiertas.
- III.- Jornadas de puertas abiertas para los estudiantes interesados en las titulaciones de la ET.
- IV.- Acciones de promoción en los distintos ámbitos sociales más relacionados con las titulaciones y con potenciales personas interesadas en cursar estudios en la Estructura de Teleformación de la ULPGC.

I. ELABORACIÓN DEL MATERIAL PUBLICITARIO

- A partir del mes de febrero y en coordinación con el Gabinete de Comunicación de la ULPGC la ET solicitará la actualización de la información contenida en el material promocional de cada titulación.
- En el mes de marzo la ET solicitará del Gabinete de Comunicación de la ULPGC la elaboración de material promocional de las titulaciones.
- En el mes de marzo la ET elaborará una presentación de cada una de las titulaciones. La misma contendrá;
 - Perfil de ingreso.
 - Perfil de egreso.
 - Estructura de los cursos.
 - Información académica básica.
 - Presentación del coordinador.
 - Testimonios de egresados.
- Buscar material promocional específico de Teleformación.
- Insistir en que en AULA se publicite la Estructura de Teleformación de forma específica.

II. CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PREVIA A LAS JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

- En el mes de abril la ET elaborará un calendario de visitas a los agentes sociales interesados en las titulaciones impartidas en la misma en la que se informe sobre el contenido anteriormente destacado.
- En particular, y por titulaciones, las visitas y difusión de información se realizará;
- **GRADO EN TRABAJO SOCIAL;**
 - Colegio profesional de Trabajadores Sociales de la Provincia de Las Palmas.
 - Ferias o encuentros relativos a la materia.
 - FECAM.
 - Cabildo de gran Canaria.
 - ONGS.
- **GRADO EN TURISMO;**
 - Se realiza una propuesta en anexo adjunto, a desarrollar una vez concretados medios para realizar la difusión.
- **GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS;**
 - Colegio profesional de Graduados Sociales de la Provincia de Las Palmas.
 - Empresas asesoras en materia de Graduados Sociales y Recursos Humanos.
- **GRADO EN SEGURIDAD Y CONTROL DE RIESGOS;**
 - ASECRI.
 - GOBCAN.
 - Ferias de seguridad de los municipios y otras entidades.
- **GRADO EN EDUCACIÓN PRIMARIA;**
 - Ferias vinculadas a educación primaria.
- **MÁSTER EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES;**
- Difusión entre los colegios de profesionales, tanto de la provincia de Las Palmas como de SCTF:
 - COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS.
 - COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS.
 - COLEGIO OFICIAL DE ENFERMERÍA.
 - C.O. INGENIEROS DE CAMINOS, CANALES Y PUERTOS.
 - C.O. INGENIEROS TÉCNICOS DE OBRAS PÚBLICAS.
 - C.O. INGENIEROS TÉCNICOS Y PERITOS AGRÍCOLAS.
 - C.O. INGENIEROS TÉCNICOS EN TOPOGRAFÍA.
 - COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS AGRÓNOMOS.

- C.O. DE INGENIEROS SUPERIORES INDUSTRIALES.
 - C.O. DE INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES.
 - APAREJADORES Y ARQUITECTOS TÉCNICOS.
-
- Difusión entre los estudiantes de la ULPGC de los estudios de grado de las áreas afines a la titulación.
 - Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
 - Grado en Seguridad y Control de Riesgos
 - Grado en Arquitectura
 - Grado en Ingeniería Civil
 - Grado en Ingeniería Eléctrica
 - Grado en Ingeniería Electrónica Industrial y Automática
 - Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos
 - Grado en Ingeniería en Organización Industrial
 - Grado en Ingeniería en Tecnología Naval
 - Grado en Ingeniería Geomática y Topografía
 - Grado en Ingeniería Informática
 - Grado en Ingeniería Mecánica
 - Grado en Ingeniería Química
 - Grado en Ingeniería Química Industrial
 - Grado en Enfermería

III. JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS PARA LOS ESTUDIANTES INTERESADOS EN LAS TITULACIONES DE LA ET

- En la fecha indicada la ET participa en las jornadas de puertas abiertas de las facultades presenciales con titulaciones también impartidas en Teleformación.
- En la página web www.teleformacion.ulpgc.es existe un enlace permanente con la información básica sobre todas las titulaciones de la ET.

PLAN DE CAPTACIÓN, PROPUESTA TURISMO, ANEXO.

PROPUESTA DE PLAN DE CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES GRADO EN TURISMO NO PRESENCIAL

En función del presupuesto asignado, se contemplan las siguientes acciones potenciales de captación:

1. Elaboración de Material Publicitario.

Al objeto de apoyar las distintas acciones de captación.

- a. Folletos informativos de la titulación: perfil de ingreso, perfil de egreso, estructura de los cursos, coste, etc.
- b. Póster y crono-expo.
- c. Vídeo promocional con la participación de estudiantes.

2. Campaña de publicidad.

a. En los medios de comunicación.

- a. Anuncios en prensa nacional (2 periódicos) y local (2 periódicos): fines de semana en periodo de matriculación.
- b. Anuncios en revistas profesionales (2 revistas profesionales): periodo de matriculación.
- c. Cuñas radiofónicas: radio local en periodo de matriculación.

b. En las redes sociales y buscadores.

- a. Anuncios en twitter, YouTube, Facebook, Instagram, etc.
- b. Anuncios en buscadores (google).
- c. Colgar el video promocional de la titulación en las redes sociales y en la página web de la Estructura de Teleformación.

c. En vallas publicitarias o soportes publicitarios (paradas de guagua, etc.).

En la entrada del campus de Tafira y en Humanidades.

3. Presentación de la Titulación.

- a. Charlas en centros de Secundaria y Formación Profesional que lo soliciten.
- b. En capitales de provincia (Madrid, Barcelona, Sevilla, etc.): realizando un proceso de prescripción previamente.
- c. En eventos organizados por la Universidad o la Administración Educativa.
- d. Jornadas de Puertas Abiertas.

4. Colaborar activamente en los Planes de Captación institucionales que realice la ULPGC.

Firmado; Lucas Andrés Pérez Martín.

Secretario Estructura de Teleformación ULPGC