

**INFORMACIÓ SOBRE EL PLA DE PROJECCIÓ
INTERNACIONAL DE LA UPC**

DOCUMENT INFORMATIU

DOCUMENT CG 4/10 2009

Vicerectorat de Política Internacional
Barcelona, 7 d'octubre de 2009

Pla de Projecció Internacional

Vicerektorat de Política Internacional
5 octubre 2009

PLA DE PROJECCIÓ INTERNACIONAL

- Pla de Política Internacional
- Accions Pla de Política Internacional
- Pla de Projecció Internacional
- Marca UPC
- Marca UPC **BARCELONATECH**

PLA DE POLITICA INTERNACIONAL 2008 - 2015

El procés d'internacionalització té 3 fases:

- Relacions Internacionals
- Política Internacional
- Internacionalització plena



Disseny de l'estratègia per passar de la fase de les
Relacions Internacionals a la d'Internacionalització plena

Aprovat a Consell de Govern de 8 d'octubre de 2008

EIXOS ESTRATÈGICS (Recordatori)

E1: Cultura institucional internacional

E2: Projecció internacional de la docència i la recerca

E3: Relacions internacionals

PPI. ACCIONS 2008-2009 (1)

E1: Cultura institucional internacional (1)

- Reconeixement amb un pes addicional dels crèdits docents impartits en anglès
- Formació del PDI que es comprometi a la impartició de classes en anglès
- Convocatòria competitiva de projectes per incentivar iniciatives innovadores que fomentin la utilització de l'anglès a nivell docent
- Convocatòria per finançar la incorporació docent al grau de professorat visitant
- Convocatòria competitiva per a la revisió de tesis redactades en anglès

PPI. ACCIONS 2008-2009 (2)

E1: Cultura institucional internacional (2)

- Incorporació del domini de l'anglès i l'activitat internacional com a mèrit als processos de selecció i promoció del PAS
- Organització de jornades anuals de difusió i d'intercanvi de les experiències de mobilitat internacional del PAS
- Impuls de la participació del PAS en Congressos i Jornades Internacionals amb ajuts específics
- Retolació en anglès de tots els edificis i campus quan es tingui previst fer

PPI. ACCIONS 2008-2009 (3)

E1: Cultura institucional internacional (3)

- Organització institucional de l'acollida i el contacte de la comunitat acadèmica internacional
- Organització de l'Orientation Week
- Organització de l'International Day
- Increment a les diferents unitats de l'acollida de PAS internacional per estades de mobilitat

PPI. ACCIONS 2008-09 (4)

E2: Projectió internacional de la docència i la recerca

- Substitució de la web en anglès UPC per una amb perfils d'entrada per a un públic internacional
- Suport i impuls als nous programes Erasmus Mundus
- Acreditacions internacionals ABET
- Disseny d'una estratègia d'imatge i comunicació interna acompanyada d'una estratègia de màrqueting i comunicació externa que posicioni la Universitat en moments clau en llocs apropiats

PPI. ACCIONS 2008-09 (5)

E3: Relacions internacionals

- Integrar la mobilitat dels estudiants al sistema PRISMA

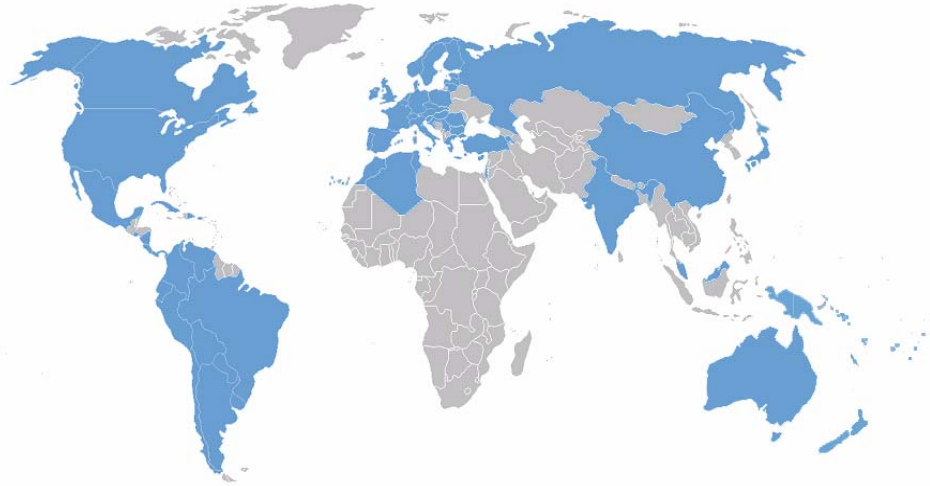
PLA DE PROJECCIÓ INTERNACIONAL

Definició d'una estratègia de màrqueting i comunicació externa que posicioni la Universitat en moments clau en llocs apropiats

- A qui volem arribar?
 - Definició de públics
- A on volem arribar?
 - Àrees geogràfiques estratègiques
- Com hem d'arribar?
 - Imatge corporativa

L'estratègia s'ha de posar a les mans de professionals de la imatge i de la comunicació internacional

PROJECCIÓ INTERNACIONAL INSTITUCIONAL



A QUI VOLEM ARRIBAR ?

Definició de públics

- Universitats TOP
 - Universitats d'altíssim prestigi
- Universitats iguals
 - Universitats seleccionades a zones d'interès estratègic
- Universitats aspirants
 - Universitats que desitgen col·laborar amb la UPC

A ON VOLEM ARRIBAR ?

Definició d'àrees estratègiques

- Xina
- Europa de l'Est
- USA
- Consolidació a Amèrica Llatina

PLA DE PROJECCIÓ A LA XINA (1)

- Disseny d'una web i uns materials de promoció en xinès
- Visites a universitats xineses
- Rebuda de delegacions d'universitats xineses
- Programa de beques (in/out) de mobilitat a universitats xineses
- Signatura d'acords específics amb universitats de prestigi

PLA DE PROJECCIÓ A LA XINA (2)

- Foment de projectes conjunts amb altres universitats europees
- Participació a conferències, fires i presentacions per arribar als estudiants
- Creació de comunitats virtuals –en xinès- d'estudiants interessats
- Publicació d'anuncis a les universitats o a la premsa especialitzada
- Promoció juntament amb Barcelona ciutat (combinar sinèrgies amb altres projectes de la ciutat com 22@, Turisme Barcelona, presència de Barcelona a la Expo de Shanghai 2010)

PLA DE PROJECCIÓ A LA XINA (3)

- Foment del contacte amb la comunitat xinesa a Barcelona per tal que la UPC sigui universitat recomanada als seus amics o familiars a la Xina
- Relacions amb el consolat xinès a Barcelona i amb l'Ambaixada xinesa
- Contacte amb empreses xineses a Barcelona o empreses espanyoles a la Xina per tal que actuïn com a patrocinadors, com acol·lidors d'estudiants en pràctiques, etc...
- Contacte amb els consolats de Beijing i Shanghai per agilitzar la gestió dels visats

COM HEM D'ARRIBAR ?

Accions de projecció internacional actualment en marxa

- Disseny d'un programa de dos anys per participar a fires educatives de promoció internacional sobretot a noves zones geogràfiques: material ad hoc i participació a fires
- Disseny d'un pla de seguiment i fidelització dels titulats internacionals. Generació de les bases de dades
- Recollir periòdicament en anglès el conjunt d'activitats científiques de la UPC a la web
- Accions de promoció de la UPC en Premsa Internacional
- Publicació d'un magazine UPC-international

COM HEM D'ARRIBAR ?

Redefinir i impulsar la projecció externa de la universitat

- Donar a conèixer la UPC i la seva dimensió a la comunitat universitària internacional
- Associar la UPC a valors estratègics internacionals

COM HEM D'ARRIBAR ?

Pla de Comunicació Internacional

- Encarregat a experts externs en comunicació internacional
- Metodologia
 - Recopilació i anàlisi de la documentació existent
 - Estudi dels públics de la UPC
 - Objectius i estratègies de comunicació generals
 - Objectius de comunicació per públics
 - Pla d'acció per públics

Redefinir i impulsar la projecció externa de la Universitat

- Transmetre els valors de la UPC: tecnologia, innovació, recerca de prestigi, compromís, internacional
- Aprofitar els valors associats a Barcelona: ciutat de tendències i motor d'innovació
- Revisar l'estratègia de la marca i els elements d'identitat visual per tal que resultin atractius i comprensibles per a la comunitat internacional
- Desenvolupar un pla d'acció de projecció de la UPC per a públics internacionals

MARCA UPC (1)

Per contribuir a aquesta projecció externa cal:

- Posicionar la marca, per trobar un nom més comprensible en l'àmbit internacional que l'actual



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

MARCA UPC (2)

- S'edifica sobre el nom de Catalunya, poc conegut i poc reconegut mundialment
- S'estableix a partir d'un acrònim, UPC, amb el qual és difícil associar la Universitat Politècnica de Catalunya
- Conté el concepte molt ambigu de polític
- La diversitat d'usuaris emissors de la marca interpreten i decideixen l'idioma
- És un nom llarg i poc comercial

REVISIÓ DE LA MARCA UPC

- Revisar l'estratègia de la marca
 - S'ha de potenciar l'ús de les sigles UPC ja que no tenen traducció i estan incorporades al símbol de la universitat de forma inseparable
 - Introduir un referent d'internacionalització associat a una marca de notorietat contrastada i de valors d'imatge convergents als de la UPC: Barcelona (moderna, innovadora, internacional)
 - Afegir BarcelonaTech que no substituirà la marca UPC però conviurà amb ella





BARCELONATECH

- UPC BarcelonaTech
- Evolució vs revolució
 - Punt de partida: la identitat visual actual
 - Sense grans canvis integrar BarcelonaTech
 - Reforçar el concepte Tech amb la T
- Incorporar novetat sense canviar la identitat
 - Evolució del color en la mateixa línia cromàtica
 - Evolució de la tipografia dins la mateixa categoria

MARCA EN ESTUDI



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Moltes gràcies