

BRIEFING – CAMPAÑA DE GRADOS: CONCURSO VIDEOS VIRALES

Fecha de entrega: 19/06/09

Entregado por: Departamento de Marketing UNIR

Campaña: Grados

Período de campaña: 25 de junio a 15 de octubre

1. Sobre UNIR

La Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) es una nueva universidad virtual que nace con una visión global de la Educación unida a la Empresa.

UNIR se caracteriza por la enseñanza on- line cuyo funcionamiento se asienta en las tecnologías de la información y de las comunicaciones. Ofrecerá enseñanza universitaria de grados y de postgrados orientados principalmente a profesionales y adultos.

Rasgos de UNIR:

- Metodología basada en la aplicación de la web 2.0 a la educación: comunicación bidireccional, interacción y espacio colaborativo.
- Innovación Tecnológica aplicada a la didáctica.
- Educación basada en Televisión Digital por Internet.
- Educación personalizada, adaptada al ritmo y posibilidades de cada alumno.
- Somos nativos de Bolonia: Estamos totalmente adaptados al Espacio Europeo de Educación.
- Internacionalidad del campus: llegamos a alumnos de los cinco continentes.
- Claustro académico de profesores internacionales del más alto nivel en sus áreas.
- Concepción moderna de la gestión universitaria.

Puede verse más información en www.unir.net

2. Ventajas y valores de UNIR y nuestros grados

Los grados que ofrecerá UNIR son de carácter oficial y válidos en toda la Unión Europea.

El proyecto pedagógico se basa en: educación totalmente on-line y personalizada, educación participativa y de calidad.

UNIR es una Universidad Virtual ABIERTA al mundo y al conocimiento, con una visión global de la educación unida a la empresa.

El claustro de UNIR está formado por grandes académicos, maestros, profesionales y expertos de españoles e internacionales en cada disciplina.

Vocación de ser líderes en TECNOLOGÍA aplicada a educación. Particularmente, en los campos identificados como críticos por el *Horizon Report* (referente mundial en tecnología y educación): la web colaborativa, la IPTV y la web personal.

3. Objetivos

- **De negocio**

Obtener solicitudes de información, preinscripciones y matrículas.

- **De comunicación**

Construir asociación de UNIR con el medio Internet.

- **Indicadores de Éxito**

Número de visitas a la página web de UNIR, solicitudes de información e inscripciones, publicación de noticias UNIR en medios.

4. Público objetivo

- **Definición de segmentos target**

El público objetivo al que nos dirigimos es español o extranjero que reside en España en hábitat urbano de más de 50.000 habitantes con edades comprendidas entre los 25- 55 años.

Son personas interesadas en nuevas tecnologías de la información, usuarios habituales del medio Internet y con un nivel de instrucción de estudios de Bachillerato o Universitario.

- **Motivaciones de compra**

- Titulación Oficial de una Universidad, garantía.
- Posibilidad de realizarlo con total flexibilidad horaria y cualquier lugar.

- Posibilidad de completar o ampliar su titulación mediante convalidación y seguimiento de asignaturas sueltas.
- Cumplir aspiraciones académicas de tener un título universitario.
- Innovación.
- Al ritmo de cada alumno, sin presión social.

5. Mecánica de la acción

Antecedentes

- Unir es una Universidad especial que:
 - No tiene: Tuna, Cafetería, Césped, Partidas de Mus, Peyas, Fiestas en Colegios Mayores, Empollones y Pelotas, etc etc etc.
 - Tiene: Sitio en la biblioteca (siempre), Pause y Stop para el profesor, Facebook y Messenger, Apuntes siempre limpios, etc etc etc.
- Pero como somos muy novedosos necesitamos explicar bien lo que somos, y nos parece que la gente normal puede ayudarnos en esto.

Promo 1: Quiero grabar un spot

Objeto de la acción

- Buscamos que los propios internautas nos ayuden en la campaña de comunicación enviando su propuesta de spot.
- El video debe tener entre 20 y 40 segundos de duración.
- Premios:
 - Se concederán 2 premios de 500 € cada uno.
 - La decisión de los ganadores la tomará un jurado de 3 miembros de entre los 10 videos más votados por los visitantes de la página de concurso.
- Publicación:
 - Los videos se publicarán en Unir TV, en un canal específico de este concurso.
 - La publicación no será automática: el administrador del concurso decidirá qué videos se publican.
 - Cada participante podría enviar tantos videos como quiera.
 - Los participantes permiten que los videos sean usados en las acciones de comunicación de la UNIR.

Promo 2: La Universidad Sin Tuna

Objeto de la acción

- Queremos que la gente nos mande un video de entre un máximo de 1 minuto y medio que desarrolle cómo ven una Universidad como la nuestra.
- Buscamos videos de autor, incluso videos sin prácticamente edición.

Premios y publicación

- Premios:
 - Daremos 3 premios de 200 € a los ganadores.
 - La decisión de los ganadores la tomará un jurado de 3 miembros de entre los 10 videos más votados por los visitantes de la página de concurso.
- Publicación:
 - Los videos se publicarán en Unir TV, en un canal específico de este concurso.
 - La publicación no será automática: el administrador del concurso decidirá qué videos se publican.
 - Cada participante podría enviar tantos videos como quiera.
 - Los participantes permiten que los videos sean usados en las acciones de comunicación de la UNIR.

6. Fechas

- Lanzamiento de acciones: ambas simultáneamente antes el 25 de junio de 2009.
- Fin de acciones: para ambos concursos, el 15 de octubre de 2009.