

Itinerari 2. Comunicació i promoció en l'àmbit universitari públic

1. Comunicació corporativa.
2. Elaboració i producció de materials i continguts de comunicació.
3. Característiques principals de la comunicació en una universitat pública.
 - Mapa de públics
 - Posicionament
 - Identitat
 - Canals
 - Productes
4. Pla de comunicació.
 - Objectius, fases i estratègies.
5. Pla de màrqueting a la universitat pública.
6. Branding.
 - La marca UPC i la seva gestió
7. Web: analítica i estratègia.
8. Xarxes socials.
 - Manual d'ús i estil
 - Marketing social media
 - La divulgació de la recerca a través de les xarxes socials
9. La comunicació de crisi.
10. La divulgació de la recerca a través dels mitjans de comunicació.

Referències normatives

- Llei 1/2003, de 19 de febrer, d'Universitats de Catalunya
- Acord 102/2004 de Consell de Govern sobre la regulació de l'ús de la denominació de la Universitat Politècnica de Catalunya: unitats de l'estructura organitzativa de la UPC, entitats vinculades i entitats externes
- Acord 103/2004 de Consell de Govern sobre registre i utilització de denominacions específiques a la Universitat Politècnica de Catalunya
- Estatuts de la UPC
- Manual d'ús i estil a les xarxes socials de la UPC
- Programació universitària de la UPC
- Normativa acadèmica dels estudis de grau, màster i doctorat de la UPC
- Política de seguretat de la UPC (CG 04/2019)