

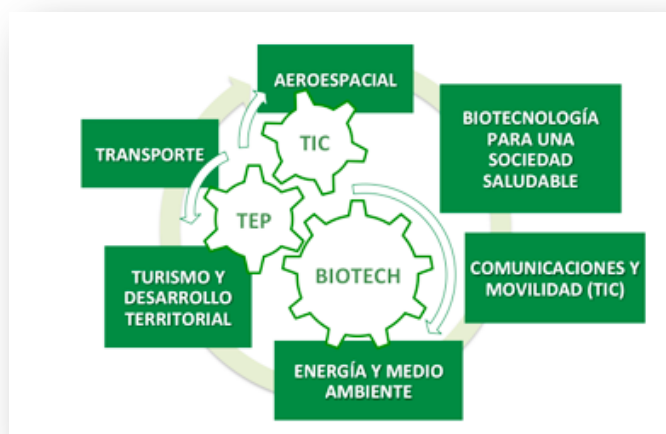
# CONCURSO

## Campaña de comunicación Andalucía TECH

### Introducción

Andalucía TECH es el Campus de Excelencia Internacional (CEI) surgido de la unión de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Málaga. Desde el arranque del proyecto en 2010, se han sumado más de 150 agentes agregados que han conformado un gran ecosistema innovador en torno a las dos instituciones académicas. En esta línea también se han posicionado los Ayuntamientos de ambas ciudades y el gobierno autonómico, que han señalado a Andalucía TECH como el instrumento perfecto para articular la Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) en nuestra Comunidad, así como para convertir el eje Sevilla-Málaga en un auténtico laboratorio urbano de proyectos de innovación.

Andalucía TECH fundamenta su excelencia en la calidad docente, la relevancia internacional de la investigación y la transferencia de conocimiento, así como en actividades transversales de emprendimiento, internacionalización, especialización e interacción con el territorio. El plan estratégico del Campus de Excelencia se asienta sobre seis polos de especialización, que coinciden con los sectores de mayor proyección socioeconómica de la región en los próximos años.



*Ilustración 1. Seis polos de especialización del Campus de Excelencia Internacional*



## Misión

La misión del Campus de Excelencia Internacional Andalucía TECH es atraer, integrar y desarrollar el talento, conformando un ecosistema de generación de conocimiento e innovación, comprometido con la sociedad, que permite elevar el nivel de excelencia de las actividades docentes y de investigación, mediante un modelo de Campus científico-tecnológico sostenible, abierto y universal.

## Visión

La visión del Campus de Excelencia Internacional Andalucía TECH es ser referente internacional, favoreciendo e impulsando una economía basada en la Sociedad del Conocimiento. El Campus se constituye como un espacio intercultural, en un entorno físico amable, que permite el desarrollo integral de las personas. Andalucía TECH se especializa con carácter interdisciplinar en las áreas de Tecnologías de la Producción, Información y Comunicaciones, y Biotech, disponiendo de las últimas tecnologías que facilitan la gestión del conocimiento.

## Problema de comunicación

A pesar de los muchos logros conseguidos en sus cinco años de vida, el Campus de Excelencia Andalucía TECH aún sigue siendo desconocido para parte de la comunidad universitaria, por lo que desde el propio CEI y con la colaboración de la Dirección General de Comunicación de la Universidad de Sevilla, se ha lanzado esta convocatoria con el objetivo de descubrir las mejores ideas para dar a conocer Andalucía TECH, su actividad y sus planes de futuro.

Andalucía TECH arrancó en 2010 y desde entonces se han llevado a cabo interesantes proyectos:

- \* Instauración de grados conjuntos.
- \* Becas y ayudas de movilidad internacional.
- \* Establecimiento del Puente con Corea (convenio con Universidad de Incheon).
- \* Creación del California-Spain Campus (convenio con VLC Campus y UC Berkeley).
- \* Aula María Zambrano de Estudios Transatlánticos.
- \* Cursos, talleres y workshops.
- \* Campus científico de verano.
- \* Otros...



La mayor parte de esa comunidad universitaria conoce la marca (Andalucía TECH) pero no sabe cuál es su función ni sus principales logros. Este desconocimiento puede suponer un obstáculo para conseguir el principal objetivo de Andalucía TECH: establecer sinergias entre ambos campus, el tejido productivo del entorno y la sociedad para ser un referente internacional en investigación, docencia y transferencia de conocimiento.

## Objetivos de comunicación

1. Aumentar y mejorar la imagen de Andalucía TECH entre el personal docente e investigador de ambas universidades.
2. Comunicar las acciones ya realizadas por otros docentes e investigadores gracias a las acciones propias de Andalucía TECH.
3. Comunicar lo que Andalucía TECH ofrece a los docentes e investigadores. En concreto, se pretende dar a conocer estos proyectos:
  - Oferta de grados conjuntos.
  - Ayudas de movilidad e intercambio entre investigadores y profesores de la Universidad de Sevilla e investigadores y profesores de la UC Berkeley.
  - Becas prácticas *empleATECH*.
  - Sello de Calidad Andalucía TECH.
  - Pasarelas bidireccionales para la Formación Profesional.
  - Becas SANDO (movilidad y prácticas en Marruecos).
  - Programa ‘Global Innovation Collider’ del Sutardja Center for Entrepreneurship & Technology de la UC Berkeley.
  - Campus científico de verano (US 2017).
  - Otros...

## Público objetivo

Personal docente e investigador de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Málaga.



## Medios

La campaña se realizará en los medios y soportes propios de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Málaga: webs corporativas, redes sociales, correos electrónicos, así como las propias instalaciones. En este último punto es importante pensar en los medios propios con los que cuentan las Facultades y los diferentes centros que integran las Universidades. Por ejemplo, en algunas Facultades disponen de pantallas informativas.

No se incluyen espacios publicitarios pagados en medios de comunicación ni en redes sociales, por lo que se necesita una campaña original que nos permita conseguir medios ganados, es decir, llegar a los medios de comunicación por la propia creatividad de la campaña.

## Timing de la campaña

Cuatro meses de duración, febrero-mayo 2017.

## Bases del concurso

### 1. Grupos de trabajo.

La convocatoria está abierta a todos los estudiantes, profesores y personal de administración y servicios de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Málaga. Los estudiantes, PDI y PAS que quieran presentar sus ideas de campañas tendrán que conformar grupos mixtos (sólo estudiantes o estudiantes junto con uno o dos de los otros colectivos) de al menos cuatro personas. Se valorará positivamente que dichos estudiantes pertenezcan a diferentes áreas de conocimiento. Por ejemplo, estudiantes de diferentes grados o másteres oficiales. Asimismo, se valorará de forma positiva los grupos de trabajo formados por estudiantes de ambas universidades. Los estudiantes deberán estar matriculados en alguna de las Universidades promotoras durante el curso 2016/17.

### 2. Presentación de los proyectos.

Los grupos de trabajo deben entregar un documento a modo de presentación visual donde se debe incluir:

- Composición del grupo y datos personales y académicos de los integrantes
- Estrategia.
- Concepto creativo.
- Originales publicitarios: vídeos, publicaciones de redes sociales, o cualquier otro formato que utilice los medios propios de las universidades implicadas.
- Planificación temporal de la campaña de publicidad. Los grupos de trabajo deberán justificar el periodo de realización de la campaña teniendo en cuenta los objetivos y el *target*.

### 3. Entrega de la documentación.

La documentación se puede presentar en el Registro General tanto de la Universidad de Sevilla como de la Universidad de Málaga. Los grupos tendrán que presentar su propuesta en formato CD, debidamente rotulado –la carátula debe poner el nombre y apellidos de todos los integrantes y el título de la campaña creada–. Dentro del CD se debe incluir:

- En formato PDF una presentación visual donde se resuma de forma clara la estrategia y concepto creativo de la campaña, así como la planificación de la misma. Dentro de esta presentación se deben incluir los originales publicitarios. En el caso de ser un vídeo o un archivo interactivo se podrá añadir igualmente.



- Carpeta con todos los originales publicitarios creados: vídeos en formato compatible e imágenes en formato png, jpeg o gif animados.
- Junto al proyecto, cada equipo entregará la relación de sus miembros ordenados según la preferencia en la que los mismos serán seleccionados para disfrutar del premio (beca) en caso de resultar ganadores u obtener el accésit. Este listado deberá estar consensuado y suscrito por todos los componentes del equipo. Dicho orden servirá para el supuesto de renunciaciones y/o sustituciones.

#### 4. Plazo

Las propuestas se presentarán en el Registro General de una de las Universidades implicadas, desde el 1 de diciembre de 2016 hasta el 15 de diciembre de 2016.

#### 5. Premios

**Primer premio.** Certificado acreditativo y una plaza de prácticas extracurricular para uno de los componentes del grupo ganador en la Dirección de Comunicación de la Universidad a la que se adscriba su proyecto, para la implementación del mismo, con una beca de 400 € / mes.

**Accésit.** Certificado acreditativo y una plaza de prácticas extracurricular para uno de los componentes del grupo que quede en segundo lugar en la Dirección de Comunicación de la otra Universidad a la que se adscriba el primer premio, para la implementación del mismo, con una beca de 300 € / mes.

\* Las becas tendrán una duración de tres meses y se ajustarán a la Normativa General de aplicación (Art. 5 – 1ºB del RD 592/2014). Dichas becas tienen carácter de Renta según ex artículo 17.2 Ley 35/2006. De este modo, cabe destacar que el importe del premio figura en bruto y estará sujeto por tanto a las retenciones correspondientes de Seguridad Social e IRPF.

#### 6. Jurado

Rector de la Universidad de Sevilla o persona en quien delegue.  
Rector de la Universidad de Málaga o persona en quien delegue.  
Dirección general de Comunicación de la Universidad de Sevilla.  
Director general de Comunicación y de Gabinete del Rectorado de la Universidad de Málaga.  
Dirección general de Transferencia del Conocimiento de la Universidad de Sevilla.  
Vicerrectorado de Proyectos Estratégicos de la Universidad de Málaga.

#### \*Contacto

Para más información, por favor escriba a [info@andaluciatech.org](mailto:info@andaluciatech.org).