

La Universidad de Alcalá cuenta con un Centro de Información Universitario – CIU que dispone del personal preparado para ayudar a resolver cualquier pregunta relacionada con:

- Acceso, estudios, centros y departamentos, becas e intercambios, servicios y actividades, alojamientos y, en general, sobre cualquier otra cuestión académica.
- Cursos, becas, premios, másteres y otras actividades que se organizan en la Universidad o fuera del ámbito de ésta, siempre que resulten de interés para los alumnos.

Cuenta con las siguientes oficinas:

Oficina del CIU en el Campus Ciudad de Alcalá de Henares:

- Casa Anexa al Edificio de San Ildefonso (Rectorado)
Plaza de San Diego, s/n
28801 ALCALÁ DE HENARES (Madrid)

Oficina del CIU en el Campus de Guadalajara:

- Edificio Multidepartamental
C/ Cifuentes, 28
19001 GUADALAJARA

Horario de ambas oficinas es el siguiente:

Lunes a Jueves: de 9 a 14 y de 16 a 18 horas

Viernes: de 9 a 14 horas

En Julio, Agosto, Fiestas de Navidad y Semana Santa no prestamos servicio de tarde

Contacto

Teléfono: 902 010 555

Correo electrónico: ciu@uah.es

Formulario para dirigir Consultas electrónicas a la UAH

La Escuela de Posgrado mantiene toda la información relacionada, tanto con los programas de posgrado, como sobre los requisitos de acceso y admisión a los mismos permanente actualizada en la siguiente dirección web:

<http://www.uah.es/postgrado/ESCPOSTGRADO/inicio.asp>

En relación con los canales de difusión que se emplearán para informar a los potenciales estudiantes sobre la titulación y sobre el proceso de matriculación, la Escuela de Postgrado de la Universidad de Alcalá pondrá en marcha un plan específico de comunicación para, en primer lugar, informar de la correspondiente oferta académica y, en segundo lugar, permitir el acceso a toda información de interés (relacionada con dichos estudios: descripción de los programas, calendario de matrícula, requisitos de acceso, etc.) tanto a los estudiantes como al público en general.

En consecuencia, los públicos objetivo a los que se dirige el citado plan (de comunicación) son: Alumnos de la propia Universidad de Alcalá; Órganos de Gobierno y Profesores, tanto de la Universidad de Alcalá como de otras Universidades; Alumnos de otras Universidades; Entidades de carácter público y privado. La comunicación y accesibilidad de la información de

posgrado se desarrollará, como una parte integrante del plan de comunicación corporativa de la Universidad de Alcalá, apoyada en los siguientes pilares fundacionales:

- El compromiso decidido con la investigación: Que constituye una apuesta decidida como elemento de apoyo a la excelencia docente con más de 1.600 investigadores, varios Institutos Universitarios y un Parque Científico Tecnológico.
- Una oferta amplia y multidisciplinar: Que incluye todas las áreas de conocimiento y, en la mayoría de los casos, con programas derivados hacia la formación de Tercer Ciclo.
- Su vocación internacional, que mira con preferencia hacia Iberoamérica: Con más de 3.500 estudiantes (de Grado y Posgrado) de otras nacionalidades.
- Su historia: con señas de identidad como la enseñanza y cuidado de nuestra lengua.
- Su futuro: con el apoyo activo y decidido a la construcción de la “Europa del Conocimiento” y al Espacio Europeo de Educación Superior.

Así, la estrategia de comunicación tendrá un carácter global y se apoyará sobre cuatro directrices fundamentales:

- Publicitaria (estrategia de “Medios”): Orientada de manera específica a la “comercialización” de los programas formativos de posgrado. Así, los esfuerzos se concentrarán en los “medios especializados” de ámbito nacional y en aquellos con proyección internacional.
- Creación de soportes: Desarrollando los soportes gráficos y documentales (piezas de comunicación) necesarios para promocionar y potenciar su comercialización e imagen (interior y exterior). Entre los soportes a utilizar, destacan: Página WEB de la Escuela de Postgrado (accesible desde la WEB de la Universidad de Alcalá); Folletos y libros con los programas y planes de estudio; Carteles divulgativos de la oferta.
- Relaciones públicas: Articulando una dinámica de trabajo permanente (programación sistémica de contactos). Con el objeto de mantener una comunicación fluida con los diferentes públicos objetivo, podrán elaborarse diferentes newsletters con información específica adaptada a las necesidades de cada uno de ellos. Dichas páginas informativas se harían accesibles a todos los públicos objetivo a través de la WEB de la Escuela de Postgrado. Así mismo, resulta estratégica la presencia en ferias de ámbito educativo, de investigación y empresarial. Bien mediante un stand propio o de acciones selectivas de posicionamiento, tales como la presencia a través de soportes innovadores.
- Marketing directo: Canalizando los soportes anteriores hacia los públicos objetivo que son clave para el desarrollo adecuado del postgrado en la Universidad de Alcalá. En este sentido, como actividad de refuerzo en el proceso de comunicación e información pública del programa de posgrado de la Universidad de Alcalá, se llevará a cabo una campaña de promoción de la WEB de la Escuela de Postgrado (incorporando toda la oferta de posgrado) así como un mailing general dirigido a los públicos objetivo (debidamente “desagregados”).

Finalmente, a estas estrategias de carácter general (que abarcan toda la oferta de posgrado de la Universidad de Alcalá) hay que sumar las acciones específicas de promoción e información que de cada uno de los programas, en colaboración con otras Universidades y entidades participantes en desarrollo de los programas, lleven a cabo los correspondientes órganos responsables.