

Campaña Institucional UBP

Ingreso universitario 2015 para carreras de grado
Dirección de Marketing de Universidad Blas Pascal

Idea conceptual: Agencia Jingu Desing & UBP

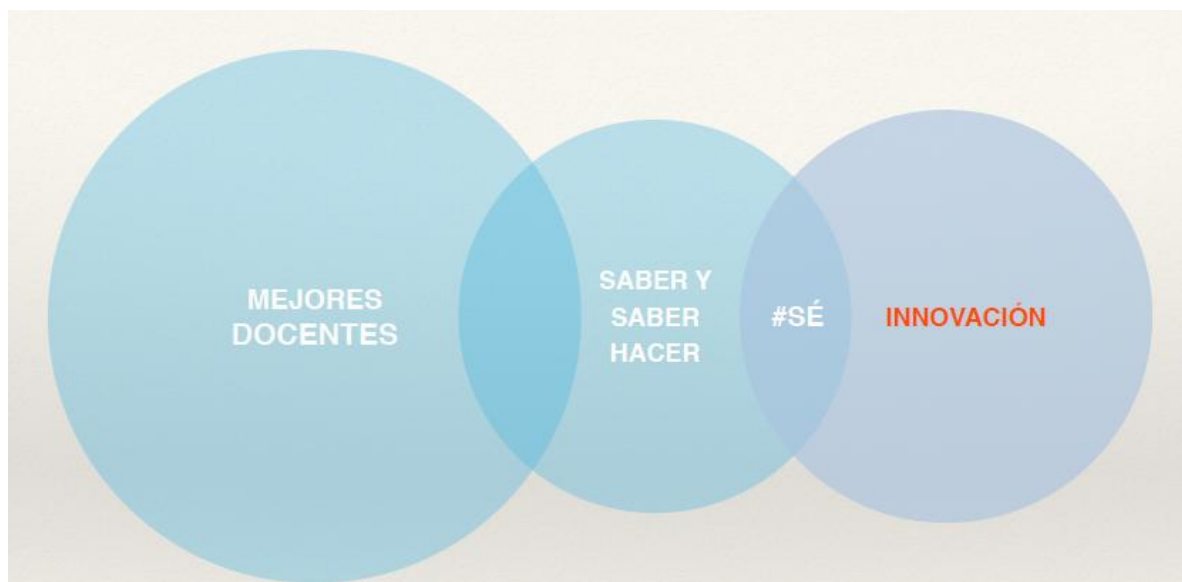
Equipo de creación gráfica y multimedia: Gerencia de Diseño | Dirección de MKT UBP

Coordinación: Marcelo Cusmai | Director de MKT e Inscripciones UBP

“Los buenos profesores enseñan, los grandes profesores inspiran”

Durante el segundo semestre de 2013 inició en UBP la campaña para comunicación de ingresantes 2014 y de presentación del nuevo logo de la Universidad. Esta campaña se desarrolló bajo el mensaje “Sé lo mejor de vos”. En su desarrollo se trabajaron imágenes de acuerdo a las modalidades de educación propuestas por la institución (presencial o distancia) y con anclajes de regionalización según las provincias y características regionales o nacionales. Esta campaña tomaba el tradicional mensaje de UBP de “Saber y Saber Hacer”, utilizando una modernización para los dispositivos y redes donde circularía la convocatoria, innovando el mensaje en: “#Sé”.

Para el ingreso 2015 se realiza una campaña de continuidad sumando a los pilares del Saber y de Innovación el pilar de “Mejores Profesores/Docentes”.



La creación

El objetivo general de campaña para ingreso 2015 es el de comunicar y tomar como eje principal el hecho de contar con profesores destacados. De este modo brindar un mensaje distinto y destacado, entre los distintos mensajes de otras casas de estudios en épocas de inscripciones e ingresos universitarios.

El mensaje

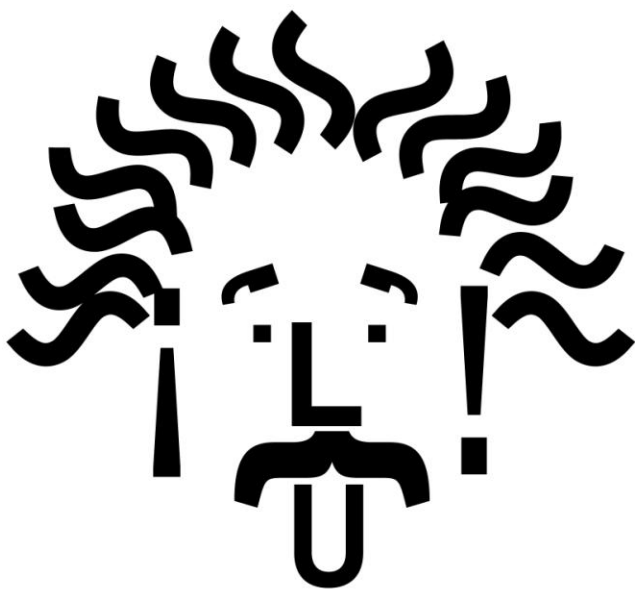
“Los buenos profesores enseñan, los grandes profesores inspiran”.

El mensaje principal de la campaña se pensó después de trabajar sobre las distintas razones que llevan a un estudiante a lograr el aprendizaje y transformarlo en conocimiento. Por medio de la imitación, la motivación y la inspiración, el estudiante se forma como profesional, y una gran responsabilidad se encuentra en el desempeño del profesor.

Para lograr una relación más profunda e identificación y que despertar interés visual, se desarrollaron mensajes gráficos con personalidades destacadas, realizando un anclaje regional en los nombres y un sentido de aspiración en el apellido.

Gráfica destacada

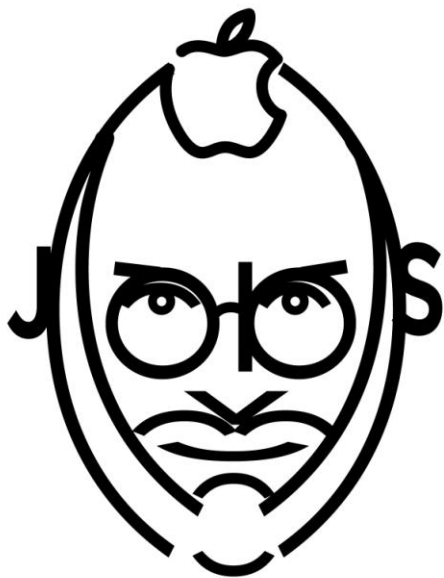
La gráfica de las imágenes se trabajó de una manera totalmente innovadora. Los rostros de los personajes de campaña se elaboraron con signos del teclado alfanumérico de una PC. Esto aportó a la campaña un signo distintivo y único, ya que no se encuentran otras realizaciones de características semejantes en el rubro educativo. Este trabajo fue desarrollado por la agencia Jingu Desing.



ALBERTO/EINSTEIN



DELFINA /KAHLO



ESTEBAN/JOBS



MARINA/CURIE

Soportes

La campaña es producida para soportes gráficos, radiales, TV y multimedia. Tomando como punto de partida la Provincia de Córdoba.

Se realizan actividades en distintos medios con cobertura nacional y provincial. Se adjunta pdf con ejemplos gráficos, redes sociales y TV. La cobertura provincial se desarrolló en los principales diarios y con soporte de TV en Canal 12.

Lic. Marcelo Cusmai

Director de Marketing e Inscripciones

Donato Alvarez 380 | CPA X5147ERG Córdoba, Argentina

(+54) 351 4144444 Ext. 144

ccusmai@ubp.edu.ar