
Las personas aspirantes tendrán que desarrollar los dos supuestos siguientes:

EJERCICIO 1: ATRACCIÓN DE ALUMNADO INTERNACIONAL (15 puntos)

La UPV quiere ampliar el alumnado internacional para cubrir las plazas que quedan vacantes. En vista de los datos de matrícula por país y nivel (grado o máster), las carreras que tienen vacantes y los datos extraídos de Google Analytics de la Web de la UPV, ¿qué estrategia de marketing internacional propones para conseguir más estudiantes de cara al curso que viene? La estrategia deberá de incluir, al menos, los siguientes aspectos.

1. CRM (5 puntos)
 - Definición del target (1 punto)
 - Consecución de leads (2 puntos)
 - Qué hacer con los leads (1 punto)
 - Cómo medir la estrategia (1 punto)

2. Internet (Google ads+meta+otros) (5 puntos)
 - Estrategia general propuesta (2 puntos)
 - Estrategia pagada en buscadores seleccionada (1 punto)
 - Estrategia pagada en redes sociales seleccionada (1 punto)
 - Estrategias online no pagadas (1 punto)

3. Otros (5 puntos)

En la carpeta encontrarás:

- Un fichero excel con los datos de los últimos cursos, solo de grado y máster (en dos hojas el resumen por nacionalidad, una hoja para grado y otra para máster; y en otras dos hojas, la nacionalidad de los estudiantes de cada grado y cada máster)
- Un informe en pdf con los datos de matrícula de grado y máster de este curso
- Un informe de Analytics

EJERCICIO 2: MECENAZGO (15 puntos)

La Universitat Politècnica de València ha iniciado una campaña de ayuda en favor de las personas damnificadas por la DANA que ha devastado buena parte de la provincia de Valencia. La situación es catastrófica y miles de personas se han quedado sin nada. La UPV destinará todo el dinero recaudado a equipamiento para la reconstrucción.

Llevamos recaudados más de 53.000€, pero el objetivo concreto es llegar a los 250.000€ para que, a partir del 1 de febrero, se ponga en marcha un proyecto que acondicione dos escuelas que han quedado devastadas.

Elabora un plan de marketing para captar estos fondos que incluya:

- Identificar el target de posibles mecenas o patrocinadores (2 puntos)
- Plantear beneficios por categoría de target o importes donados (2 puntos)
- Acciones para conseguir fondos:
 - Acciones online (2,5 puntos)
 - Acciones offline (2,5 puntos)
- Plan para llegar a la comunidad universitaria y a la sociedad a nivel nacional e internacional (2 puntos)
- Cómo se mide el éxito (2 puntos)
- Cómo se comunica el éxito (2 puntos)