



Bilag 9

IT-Universitetets eksterne kommunikation

Målet med notatet er at give bestyrelsen en status på markedsføringsaktiviteterne i 2004 samt de planlagte aktiviteter og fremdriften af disse i 2005.

Status - PR

Presseomtale i 2004

ITU blev nævnt 398 gange i den skrevne presse. Omtalen fordelte sig på følgende områder:

Forskning: omtalt 102 gange
Uddannelse: omtalt 74 gange

De øvrige 222 artikler m.v. omhandlede emner så som: ITU's indvielse i Ørestaden, ITU's bygning, portrætter af Mads Tofte/ITU etc.

Presseomtale i 2005

I januar og februar er ITU foreløbig blevet nævnt 103 gange i den skrevne presse.

Omtalen fordeler sig på følgende områder:

Forskning: omtalt 13 gange
Uddannelse: omtalt 18 gange

De øvrige 72 artikler m.v. omhandler emner så som: portrætter af Mads Tofte, IT-iværksætterhuset m.v.

PR

Pressemeddelelser udsendt i januar/februar 2005

- Ph.d.er i erhvervslivet
- IT-Universitetets rektor modtager prestigefyldt international forskningspris
- IT-Universitetets rektorstilling besat
- IT-Universitetet mærker en stigende interesse for efteruddannelse

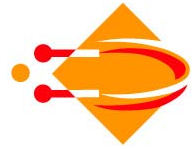
Der vil løbende blive udsendt pressemeddelelser i 2005.

Der vil endvidere løbende blive holdt kontakt med diverse journalister med henblik på at få placeret solo-historier om forskning og uddannelse i pressen.

ITU's pressemappe vil løbende blive tilrettet, så den kan bruges til de arrangementer, ITU deltager i.

Marts/april 2005

Placering af solohistorie i større landsdækkende avis. Omhandler ITU's samarbejde med IBS (samarbejde mellem det offentlige og det private inden for



uddannelsesområdet). Arbejdsledige trænes. Der er modtaget midler fra EU Socialfund til projektet.

Forår 2005

Placering af solohistorie i Jyllands-Posten (Berlingske Tidende og Børsen har afvist historien). Formålet er at profilere cand.it.'erne overfor erhvervslivet. Vi afventer svar fra Jyllands-Posten, om de vil optage artiklen, som er blevet til i samarbejde med IT-Vest. Hvis historien bliver afvist, planlægger vi at sende den ud som pressemeddelelse. Herefter vil vi opsøge historier om cand.it.'er, der er ansat i byer udenfor København og Århus. De pågældende historier vil vi forsøge at placere i lokale dagblade. Dette vil ske i samarbejde med IT-Vest.

Forår/efterår 2005

I samarbejde med IT-Vest har vi planlagt at placere historier om stud.it.'er i uddannelsestillæg i Politiken, Berlingske Tidende, Jyllands-Posten, Børsen, Søndagsavisen, Urban, MetroXpress. Artiklerne vil have til formål at vise, hvordan studerende retter deres uddannelse mod erhvervslivet i deres studietid. Artiklerne kan eksempelvis handle om studerende, der har lavet et spændende projekt med en virksomhed, eller en studerende der er i praktik i en virksomhed.

Vi vil forsøge at placere historier om efter- og videreuddannelse i medier så som Computerworld, ComOn, Børsen, ingeniøren, dagbladene, Upgrade m.fl.

Webkommunikation

Februar-april 2005

Studerende på ITU er netop ved at udføre en usabilitytest af ITU's danske hjemmeside. De har særlig fokus på ITU's uddannelses- og kursus sider og vil komme med forslag til, hvordan vi kan optimere disse, så vi bedst muligt tilgodeser målgruppens behov.

Forår 2005

Udarbejdelse af ekspertdatabase til ITU's danske og engelske hjemmeside. Formålet med ekspertdatabase er at gøre det synligt for omverdenen, hvilke områder forskerne på ITU beskæftiger sig med. Gennem ekspertdatabase skal offentligheden nemt og hurtigt kunne finde frem til de forskere på ITU, der ved noget om et givent felt. Målgruppen er: Journalister, politikere og studerende.

Forår/efterår 2005

ITU's danske og engelske hjemmeside vil gennemgå en større omstrukturering, så vi tilgodeser målgruppernes behov bedst muligt. Designet vil ikke blive ændret.

Markedsføring

Brochurer og plakater m.m.

- Det er planlagt at opdatere og genoptrykke diverse brochurer og plakater. Disse sendes til virksomheder i hovedstadsområdet, AF-kontorer i Københavnsområdet, studievalg vejledningscentre i hele landet, biblioteker etc. etc.



- Free-cards er trykt i 33.000 eksemplarer og uddelt fra 100 caféer i København i uge 3 og 4.
- Det planlægges at udarbejde hængeskilte om ÅU til S-toge primo april og oktober

Informationsmøder

Der afholdes informationsmøder i april og oktober.

Elektronisk omtale

Elektroniske nyhedsbreve vil løbende sendt ud.

Omtale af ITU's uddannelser på andre hjemmesider (nyheder, kalender, uddannelsesoversigter m.v.).

Annoncer

Der er lavet en plan for annoncering i udvalgte dagblade, fagblade og universitetsaviser.

TV-spots

Tv-spots blev vist på TV2 Lorry i uge 2. Der forventes ikke gennemført yderligere tv-spots i 2005.

Arrangementer

Uddannelsesmesse 3.-5. februar 2005

ITU deltog med en stand på messen, hvor de besøgende kunne høre om studierne på ITU. ITU's pressemapper blev afleveret til arrangørerne af messen, så de kunne videreformidle dem til interesserede journalister.

Netcafé på Roskildefestival 26. juni – 3. juli 2005

I netcaféen får festivaldeltagerne mulighed for at læse mail og browse på internettet. Samtidig vil ITU være til stede med information om studier og forskning. Bl.a. arbejdes der på, at der vil være en forsker til stede en af dagene, og der vil blive præsenteret noget at se på. Dette er dog ikke helt afklaret endnu.

Kulturnatten – 14. oktober 2005

ITU arbejder på at indgå i kulturnatten i 2005, eventuelt is samarbejde med Ørestad Nord Gruppen.

DGI-byen

Ved kulturnatten i 2004 udlånte ITU udstyr til en stand i DGI-byen, hvor en studentermedhjælper fra ITU hjalp til. På standen præsenterede studerende fra ITU deres projekter. 30.000 personer besøgte standen. ITU vil gentage succesen i 2005.

IT Match Making – 3. juni 2005



Karrieremesse som fungerer som mødested mellem specialestuderende og nyuddannede cand.it.'er og erhvervslivet. IT Match Making har været gennemført tidligere med stor succes.

Generelt

Gymnasieklasser får rundvisning på ITU.

ITU forsøger at få adgang til forskellige arrangementer på følgende institutioner for at kunne informere om uddannelserne på ITU: Københavns Universitet, DTU, RUC, CBS.

Der arbejdes sideløbende intensivt med planer for markedsføring af de "nye" uddannelsesinitiativer.