

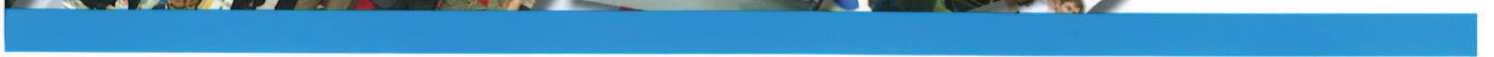


Universität
franco-allemande
Deutsch-Französische
Hochschule



2010

JAHRESBERICHT





HOCHSCHUL- MARKETING

Um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und um für ihre Studiengänge und Förderprogramme für Forscher und Nachwuchswissenschaftler zu werben, nimmt die DFH in jedem Jahr neben dem Deutsch-Französischen Forum (DFF) auch an zahlreichen externen Studien- und Berufsmessen sowie an Orientierungstagen von Schulen teil.

Mit der Schaffung einer Stelle für Event-Organisation wurden diese Aktivitäten 2010 noch ausgeweitet und damit deren Stellenwert im Rahmen des Hochschulmarketings unterstrichen. Die DFH konnte auf diese Weise noch mehr Schüler, Studierende, Eltern und Absolventen vor Ort über ihre Angebote informieren.

Neben der Präsenz an noch mehr Orten in Deutschland und Frankreich ist auch die verstärkte Teilnahme an Veranstaltungen in Drittländern inzwischen integraler Bestandteil der Marketingmaßnahmen. 2010 nahm die DFH unter anderem an Veranstaltungen in Lyon, Paris, Straßburg, München, Berlin, Freiburg, Turin und Luxemburg teil. Ein besonderer Höhepunkt war neben dem DFF die „Europäische

Messe für Forschung und Karriere – RESEARCH“, die zum zweiten Mal in Zusammenarbeit mit der Apec in Frankreich organisiert wurde und am 19. November mit 73 Ausstellern sowie 1.250 Forschern und Nachwuchswissenschaftlern in Paris stattfand.

Im Jahr 2010 wurde das DFH-Botschafter-Programm neu ausgeschrieben. Im Rahmen dieses Projekts werden DFH-Studierende in ihre ehemaligen Schulen entsandt, um dort Schülern, Lehrern und Eltern von ihren Erfahrungen in einem deutsch-französischen Studiengang zu berichten sowie ganz allgemein die DFH-Studiengänge vorzustellen. Diese direkte Form der Informationsvermittlung wird sowohl von den Botschaftern als auch von den Schülern und Lehrern sehr positiv aufgenommen. Der Einsatz der DFH-Botschafter als Multiplikatoren ist ein gutes Beispiel für das große Synergiepotential innerhalb des DFH-Netzwerks im Bereich Hochschulmarketing. Die DFH unterstützt diese Aktionen, indem sie Informationsmaterial und Werbegegenstände zur Verfügung stellt. Die Botschafter erhalten für ihr Engagement ein Zertifikat und ein kleines Geschenk.

Twitter und Facebook

Um ihren Studierenden einen Einblick in die Tätigkeiten der Hochschule zu ermöglichen und auf den innovativsten Plattformen vertreten zu sein, pflegt die Stabsstelle „Institutionelle Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ der DFH eine Internetpräsenz in den sozialen Netzwerken twitter und facebook. Werden auch Sie Fan der DFH, um alle Vorgänge zu verfolgen und seien Sie immer „up to date“!



Publikation der Studiengangsbroschüre



Jedes Jahr erscheint die Studiengangsbroschüre mit allen durch die DFH unterstützten Studiengängen. Die Inhalte wurden neu strukturiert und um die Rubrik „Was bietet die DFH ihren Studierenden und Absolventen?“ ergänzt.

Julia Storkenmaier, DFH-Studierende, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf | Université de Cergy-Pontoise

„Durch meinen Einsatz als DFH-Botschafterin hatte ich die Möglichkeit, Schülern meines ehemaligen Gymnasiums ein Studienprogramm vorzustellen, das mich selbst bereits überzeugen konnte. Diese Erfahrung hat mir gezeigt, wie stolz ich auf meinen bisherigen Werdegang sein kann.“



Julia Storkenmaier

Publication de la brochure étudiante



La brochure des cursus intégrés présentant les cursus soutenus par l'UFA est éditée chaque année. Son contenu a été restructuré et complété par la rubrique « Que propose l'UFA à vos étudiants et diplômés ? ».

COMMUNICATION MARKETING

Afin d'accroître toujours plus sa visibilité et de promouvoir ses cursus et ses programmes de formation pour chercheurs et jeunes doctorants, l'UFA participe chaque année, en plus du Forum Franco-Allemand (FFA), à de nombreux salons étudiants et de recrutement ainsi qu'à des journées d'orientation scolaire.

En 2010, l'activité de promotion de l'UFA prend un nouveau tournant grâce à la création d'un poste consacré à l'organisation d'évènements, soulignant de cette manière le rôle essentiel de la communication et du marketing au sein de l'UFA. Ainsi, ces changements d'orientation ont permis à l'UFA de mieux cibler ses publics (lycéens, étudiants, parents, diplômés). De plus, si la participation de l'UFA à des manifestations en France et en Allemagne est en constante augmentation, celle-ci souhaite également augmenter sa présence au niveau européen : une mesure marketing qui porte ses fruits, puisque l'UFA a notamment pris part à des salons à Lyon, Paris, Stras-

bourg, Munich, Berlin, Fribourg, mais aussi Turin et Luxembourg. Outre le Forum Franco-Allemand, elle a aussi participé à la deuxième édition du salon européen des carrières de la recherche – RESEARCH : salon co-organisé par l'UFA et l'APEC. Le 19 novembre 2010, cet évènement se tenant à Paris a réuni 73 exposants et 1250 chercheurs et jeunes doctorants.

En 2010, l'UFA a également misé sur la reconduction du programme des ambassadeurs : programme consistant à envoyer des étudiants de l'UFA dans leurs anciennes écoles afin de présenter aux élèves, étudiants et parents l'offre de cursus de l'UFA. Pour les étudiants, ces échanges sont aussi l'occasion de partager leur expérience au sein d'un cursus franco-allemand, des campagnes de visibilité en général très appréciées. L'engagement de ces ambassadeurs souligne d'ailleurs l'attention que porte l'UFA au développement de synergies au sein de son réseau dans le domaine de la communication marketing.

Twitter et Facebook

Afin de faciliter la communication directe avec ses étudiants, et de promouvoir ses nombreuses initiatives franco-allemandes, l'UFA assure une présence active sur deux plates-formes très populaires de la sphère Internet participative : Facebook et Twitter. Elle y publie des articles, conseils, vidéos et liens fréquemment mis à jour, traitant aussi bien de son activité que de l'actualité franco-allemande.

Julia Storkenmaier, étudiante de l'UFA à l'université de Cergy - Pontoise | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

« Grâce à ma mission d'ambassadrice de l'UFA, j'ai eu l'opportunité de présenter aux élèves de mon ancien lycée un programme d'études qui m'avait convaincue. Cette expérience m'a montré à quel point je pouvais être fière de mon parcours universitaire. En outre, le vif intérêt des élèves a clairement prouvé que l'échange culturel et scientifique entre la France et l'Allemagne demeure un sujet et un environnement de travail attractif et passionnant.

Julia Storkenmaier