

III.- OTRAS DISPOSICIONES Y ACTOS

Universidad de Castilla-La Mancha

Extracto de la Resolución de 22/02/2024, de la Universidad de Castilla-La Mancha, por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria del concurso para la creación del lema y piezas audiovisuales de las campañas de atracción de estudiantes de la UCLM 2024-2025. BDNS (Identif.): 745489. [2024/1529]

BDNS (Identif.): 745489

De conformidad con lo previsto en los artículos 17.3.b y 20.8.a de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, se publica el extracto de la convocatoria cuyo texto completo puede consultarse en la Base de Datos Nacional de Subvenciones (<https://www.infosubvenciones.es/bdnstrans/GE/es/convocatoria/745489>)

Primero. Beneficiarios/as.

Podrán participar en el Concurso los centros públicos, privados y concertados que impartan Enseñanza Secundaria, Bachillerato, Ciclos Formativos de Formación Profesional y Enseñanza de Régimen Especial de Castilla-La Mancha acreditados por la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Si bien, el IES ganador de una edición no podrá presentarse al Concurso en las dos ediciones posteriores.

Cada centro deberá designar un solo equipo de estudiantes de Bachillerato, que será el equipo que compita en el concurso. Cada equipo estará compuesto por cuatro estudiantes. El centro deberá aportar el nombre del equipo y los datos al registrar la candidatura. Los estudiantes deberán estar matriculados en el centro los estudios de 1º o 2º de Bachillerato en el presente curso.

Segundo. Objeto.

Se dotan ayudas económicas para establecer un mecanismo de colaboración entre la Universidad de Castilla-La Mancha y los centros de Enseñanza Secundaria de la región que dote a la Universidad de Castilla-La Mancha de piezas audiovisuales para las redes que se integren en las acciones programadas dentro de su estrategia de atracción de estudiantes del curso 2024-2025, haciendo partícipe a toda la comunidad educativa de Enseñanza Secundaria del proceso de creación del lema y las piezas audiovisuales que se utilizarán en dichas campañas.

En este sentido, se deberá crear un vídeo corto para uso en redes sociales, el cual podrá incluir personajes reales o ficticios que se asemejen a futuros estudiantes universitarios (estudiantes de 1º o 2º de Bachillerato). Los figurantes deberán, en su caso, ser siempre estudiantes. En el vídeo, los diálogos o alocuciones tratarán siempre sobre los motivos que llevan a los estudiantes elegir la UCLM, o bien serán testimonios o diálogos donde los futuros estudiantes expliquen cómo imaginan que será su vida universitaria en la UCLM en el próximo curso. El mensaje deberá transmitir optimismo y espíritu positivo. No se podrá hacer ninguna referencia, explícita ni implícita, al centro al que pertenecen los estudiantes ni tampoco a la población a la que pertenecen ellos o el centro, para garantizar la objetividad y el anonimato en la evaluación.

Los requisitos para la dimensión y las características de la pieza audiovisual propuesta para Tik Tok serán estos: 1080 px x 1920 px. Margen de 150px arriba y abajo. 64px en los laterales. Resolución de 9:16. Los requisitos para la pieza audiovisual propuesta para la Story de Instagram son: 750 x 1334 píxeles. Los requisitos para la pieza audiovisual propuesta para el vídeo de Facebook son: 820 x 312 píxeles en MP4.

Cada centro de enseñanza secundaria podrá presentar hasta un máximo de una solicitud.

Tercero. Bases reguladoras.

Bases reguladoras que forman parte del texto íntegro de la convocatoria.

Cuarto. Cuantía de las ayudas.

El presupuesto de esta convocatoria asciende a 12.500 euros.

Los premios a los ganadores del concurso consistirán en lo siguiente:

- Premio al equipo ganador: un ordenador portátil para cada uno de los cuatro miembros del equipo que resulte ganador, con una valoración máxima de uno de los cuatro ordenadores será de 500 €, de nueva adquisición y con la serigrafía institucional de la UCLM
- Premio al centro de enseñanza secundaria: equipamientos informáticos tales como ordenadores, tabletas, pantallas digitales y demás sistemas informáticos para la docencia y la administración del centro, con una valoración máxima de todo el equipamiento será de 10.000 €, de nueva adquisición y con la serigrafía institucional de la UCLM.

Quinto. Plazo de presentación de solicitudes.

El plazo de presentación de las solicitudes comenzará el día siguiente de la publicación de esta convocatoria en el Tablón de Anuncios de la Universidad de Castilla-La Mancha y finalizará el 5 de abril de 2024.

Sexto. Otros datos.

Las solicitudes se realizarán exclusivamente de forma telemática, a través de la sede electrónica de la Universidad de Castilla-La Mancha. El enlace de acceso a la misma es: <https://www.sede.uclm.es>

Para formalizar la solicitud, el centro deberá presentar un documento, Anexo I de la convocatoria, a través del registro electrónico de la UCLM, dirigido al Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Promoción. Dicho documento deberá haber sido firmado previamente, mediante firma electrónica, por el/ la responsable del centro. Es obligatorio que el registro se realice antes del final del plazo de presentación de solicitudes para que pueda ser sometida a trámite. En caso contrario, se entenderá que la solicitud ha quedado incompleta y por tanto no podrá ser sometida a valoración en la presente convocatoria.

La solicitud deberá ir acompañada, obligatoriamente, del Anexo de solicitud y de los archivos correspondientes a las propuestas que el equipo que compite por el centro presente para las piezas audiovisuales, que serán una Story para Instagram, un vídeo para Facebook y una pieza para Tik Tok.

Toledo, 22 de febrero de 2024

La Vicerrectora de Coordinación, Comunicación y Promoción
de la Universidad de Castilla-La Mancha
P.D. del Rector (Resolución de 23/12/2020
DOCM de 05/01/2021)
LEONOR GALLARDO GUERRERO