



alumniSAUJI

PROGRAMA

2016

1. INTRODUCCIÓ

En el darrer Model Educatiu de l'UJI es destaca la importància de l'etapa post-universitària, on la relació del titulat amb la Universitat Jaume I no s'acaba quan finalitza l'etapa d'estudiantat.

L'objectiu 15 del Model Educatiu és "*Mantenir i fomentar la relació amb els antics alumnes de l'UJI*". Mantenir el contacte amb els antics membres permet a la Universitat col·laborar activament en la incorporació laboral dels seus egressats, en la captació de nous estudiants i en la realització d'activitats culturals o d'interès social. A més, la relació amb els seus antics alumnes afavoreix activitats de mecenatge i, en definitiva, serveix per a estretir vincles entre la universitat i la societat.

Per tant, la relació amb els antics alumnes i la seua gestió esdevé una acció estratègica per a les universitats, i un programa de comunicació corporativa que permet a la universitat assolir metes estratègiques.

El Programa AlumniSAUJI, que es va posar en marxa al març de 2014 amb l'aprovació per part del Consell de Govern de l'UJI, és el programa de comunicació que col·labora en la consecució del Model Educatiu i de les metes institucionals de la Universitat Jaume I.

Amb el Programa AlumniSAUJI, la Universitat Jaume I assumeix un paper actiu en la seua relació amb els antics alumnes i els fa partícips d'algunes de les polítiques de l'UJI. Mitjançant el contacte directe amb el seu antic alumnat i els amics de l'UJI, la Universitat estableix vies i xarxes de col·laboració a curt i llarg termini que afavoreixen l'assoliment de metes institucionals.

1.1. Objectius generals del Programa AlumniSAUJI

L'objectiu del programa AlumniSAUJI és mantenir i aportar valor als vincles amb l'antic alumnat i els amics de l'UJI amb la finalitat d'assolir els objectius del Model Educatiu.

Més concretament, els objectius que es persegueix amb el programa, aprovats per *Consell de Govern al març de 2014*, són:



- ✓ Mantenir viu el contacte amb les persones que tenen, o al seu dia van tenir, un vincle amb la Universitat Jaume I i d'aquestes entre si, així com amb les persones que, sense tenir vincle anterior, volen establir una relació de proximitat amb l'UJI.
- ✓ Facilitar l'intercanvi, el coneixement i l'experiència dels membres de la comunitat UJI.
- ✓ Oferir oportunitats d'informació, formació continuada, relació i oci als membres de la comunitat UJI-
- ✓ Servir de suport als alumni en la seva carrera professional.
- ✓ Establir un canal de comunicació amb els antics alumnes per tal de poder tindre la informació que es demana als processos d'acreditació dels títols oficials.
- ✓ Fomentar la tasca dels alumni com ambaixadors de la Universitat i com a elements actius en la captació de futurs alumnes.
- ✓ Cooperar en l'obtenció de recursos per a la consecució dels objectius de la Universitat (fundraising).

1.2. Tipus de membres i Serveis

El Programa AlumniSAUJI contempla dues tipologies de membres:

- Alumni Basic: Sols pot ser un Antic Alumne de l'UJI. És gratuït i té dret a uns serveis bàsics.
- AlumniSAUJI Premium: Pot ser tant un antic alumne UJI, com un amic de l'UJI. Es correspon amb l'actual soci de SAUJI, que abona una quota i obté uns serveis molt més amplis que un Alumni Basic.

Un antic alumne UJI serà Alumni Basic per dret i pot passar a ser AlumniSAUJI Premium en qualsevol moment, sense perdre la condició d'Alumni Basic

	
Qui pot ser Alumni Basic? = Antic Alumne UJI	Qui pot ser AlumneSAUJI Premium? = Antic Alumne + Amic
<ul style="list-style-type: none"> • Titulats de 1er i 2on cicle • Graduats • Doctors (3er cicle) • Postgraduats (master oficial I propi) • Graduats Universitat de Majors • Erasmus entrants • Antics Alumnes UJI no titulats amb 120 crèdits superats i desvinculats de l'UJI (sense matrícula) • Antics alumnes del CUC 	<ul style="list-style-type: none"> • Antics Alumes UJI • Estudiantat, PAS i PDI UJI actual • PAS i PDI jubilat UJI (Sènior) (amb quota gratuïta) • Ex - PDI UJI • Graduats no UJI • Supervisors de pràctiques (amb quota gratuïta per un any) • Persones que no compleixen requisits Antic Alumne i anteriors (majors de 25 anys)

Serveis per tipologies

Alumni Basic	AlumniSAUJI Premium
<ul style="list-style-type: none"> • Informació especialitzada i específica a través dels Cercles, butlletí Alumni i el VoxUJI • Consultar en línia expedient, dades acadèmiques i actualitzar dades personals • Participar als Actes oficial de Graduació i trobades antics alumnes • Accions de millora professional 	<ul style="list-style-type: none"> • Tot el que té un Alumni Bàsic • Usuari i compte UJI per a gestions a la intranet UJI • Carnet UJI • Accés a instal·lacions i serveis UJI • Serveis millora professional • Formació continuada: formació pròpia, preus reduïts a cursos UJI, accés gratuït a classes de màster, etc • Descomptes en formació i entitats externes • Descomptes en tallers de millora professional i assessorament en activitats d'emprenedoria • Cusos • Networking: directori alumni...

2. OBJECTIUS PROPOSTOS PER AL 2016-2018

En la darrera reunió de la comissió AlumniSAUJI es van aprovar els següents objectius del Programa AlumniSAUJI per al 2016-2018:

- 2.1. Incrementar coneixement** (notorietat) del Programa AlumniSAUJI entre els públics objectius
 - Entre antics alumnes UJI recollits al CRM
 - Entre la comunitats universitària

- 2.2. Col·laborar activament en la creació del sentiment de pertinença UJI** (Un antic alumne naix quan es matricula)

- 2.3. Actualització de la base de dades** AlumniSAUJI per a permetre accions estratègiques

- 2.4. Incrementar captació de membres i mantenir fidelització:**
 - Incrementar el nombre de membres Alumni Bàsic:
 - 13% del total antics alumnes de l'UJI: 5.600
 - 20% del total antics alumnes de l'UJI proposats al CRM: 5.600

 - Incrementar el nombre de membres AlumniSAUJI Premium per augmentar l'autofinançament del Programa: 5.800

- 2.5. Posicionament del Programa Alumni** com:
 - Millor via per a mantenir el contacte amb l'UJI i els antics alumnes (Xarxa UJI)
 - Ferramenta més eficaç de comunicació entre l'UJI i els seus antics alumnes per a la realització d'accions estratègiques

3. ACCIONS PER A L'ASSOLIMENT OBJECTIUS

El Programa AlumniSAUJI ha realitzar diverses accions per a l'assoliment dels objectius 2016-2018 plantejats.

Com la majoria de les accions afavoreixen més d'un dels objectius establerts, es detallen les accions realitzades al llarg del 2016 i primer semestre 2017 en base al públic objectiu a qui van dirigides:

3.A. Accions amb els **futurs Alumni UJI**:

- Actes oficials de graduació
- Visites a les aules de 4t dels graus i postgraus
- Accés a la formació del programa AlumniSAUJI amb preus reduïts
- Mail a llistes de distribució UJI
- Kit del titulat
- Presència en fase presencial de matrícula grau primer any

3.B. Accions amb els **Alumni UJI actuals**:

3.B.1 Accions amb els qui encara no formen part del programa:

- Accions d'e-mail màrqueting
- Accions de Telemàrqueting
- Accions per correu postal
- Coordinació amb bases de dades d'altres serveis UJI

3.B.2. Accions amb els qui formen part activa del Programa

- Actualització base de dades
- Fidelització
 - ✓ Butlletí electrònic
 - ✓ Xarxes socials
 - ✓ Informació i enviament perfilats
 - ✓ Llistes de distribució moderades
- Reforçament de la marca UJI i sentiment de pertinença
- Difusió de l'oferta formativa i activitats UJI - AlumniSAUJI

3.B.3. Accions detecció Alumnis estratègics

- Accions amb LinkedIn
- Clubs territorials
- Relació amb PDI

3.A) Accions amb els futur AlumniSAUJI

3.A.1. Actes oficials de graduació

Després de quatre anys coordinant els actes oficials de graduació, 2.286 graduats i graduades han participat en els 23 actes oficials de graduació de l'UJI acompanyats per prop de 9.000 familiars i amics, molts dels quals han aprofitat aquests actes per descobrir la Universitat Jaume I.

L'assoliment d'aquest esdeveniment queda patent en un augment continu de participants, arribant al 49% de resposta positiva en els darrers actes celebrats.

A més a més, la convocatòria dels mateixos permet una neteja de la base de dades de recents egressats i egressades, i ens ha ajudat a actualitzar les dades de contacte de prop del 85% dels alumnes convocats, el que suposa la renovació de dades de prop de 4.800 recent titulats en els últims tres anys

Els actes en dades:

Els actes de graduació del curs acadèmic 2015-2016 se celebraren els dies :

- 20 d'octubre. Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques (2 actes)
- 21 d'octubre. Facultat de Ciències de la Salut (1 acte)
- 15 de desembre. Escola Superior de Tecnologia i Ciències Experimentals (1 acte)
- 16 i 17 de desembre. Facultat de Ciències Humanes i Socials (4 actes)

Participació general

Els alumnes convocats han sigut **1847**, amb una participació final de **909 graduats i graduades** el que suposa un **49%** dels convocats. En comparació amb l'edició de l'any passat, ha suposat un increment de **138** alumnes.

Titulació	Alumnes convocats	Alumnes Assistents	% Assistència
Graduació Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques	553	254	45,93%
Graduació Facultat Ciències Humanes i Socials	793	409	51,58%
Graduació Facultat Ciències de la Salut	142	80	56,34%
Graduació Escola Superior de Tecnologia i Ciències Experimentals	359	166	46,24%
	1847	909	49,21%

Tots els alumnes que participen als actes de graduació tenen assegurades dues entrades per a familiars i/o amics, i se'ls dona la possibilitat de sol·licitar més nombre d'entrades. Segons l'ocupació de l'aforament, les entrades sobrants es reparteixen entre aquestes peticions de manera equitativa i segons l'ordre de petició.

Aquest curs, aquest ha estat un dels punts més conflictius, ja que les restriccions (per falta d'espai) de familiars ha estat considerat com un greuge per molts alumnes, que han fet visible el seu malestar per diferents canals.

Finalment **2.578** familiars (500 persones menys que l'any passat) han acompanyant als graduats i graduades durant els actes, quedant sense atendre més de 1.000 peticions d'entrades.

Facultat	Entrades sol·licitades	Entrades Entregades	Familiars sense entrada
Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques (Àmbit Jurídic)	532	314	218
Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques (Àmbit Econòmic)	449	343	106
Facultat Ciències Humanes i Socials (Àmbit Arts i Humanitats)	287	287	0
Facultat Ciències Humanes i Socials (Àmbit Comunicació)	476	348	128
Facultat Ciències Humanes i Socials (Àmbit Educació Infantil)	479	317	162
Facultat Ciències Humanes i Socials (Àmbit Educació Primària)	457	345	112
Graduació Facultat Ciències de la Salut	304	304	0
Graduació Escola Superior de Tecnologia i Ciències Experimentals	602	320	282
	3586	2578	1008

3.A.2. Visites a les aules de 4t dels graus i postgraus

Amb l'objectiu d'informar als futurs alumni de l'existència del programa AlumniSAUJI i les possibilitats de continuar vinculats amb l'UJI, durant els mesos d'octubre, novembre i desembre del 2016 realitzarem visites a les aules dels últims cursos de grau i dels postgraus oficials.

En total contactarem amb **547** alumnes de 4t de grau, donant cobertura al 48% del graus, mentre que en els estudis de postgrau foren informats **254** alumnes accedint al 51% dels màsters oficials de l'UJI. En total, 801 alumnes van ser informats directament del Programa AlumniSAUJI.

3.A.3. Accés a la formació pròpia de programa AlumniSAUJI a l'alumnat UJI amb preus reduïts

El Programa AlummiSAUJI organitza formació pròpia a la que tenen accés els membres AlumniSAUJI Premium i l'estudiantat de l'UJI amb preus reduïts.

En el darrer curs, el 39% dels alumnes que realitzen cursos de formació continuada i tallers de millora professional del programa AlumniSAUJI són alumnat universitari, complementat d'aquesta manera la formació que ja ofereix la pròpia Universitat. Per exemple, en els cursos del 2016-2017, 138 estudiants UJI han participat a les activitats programades.

3.A.4. Mail a llistes de distribució UJI

Les activitats que realitza el Programa AlumniSAUJI són obertes a als membres de la comunitat universitària i amb preus reduïts per a l'estudiantat de l'UJI. S'aprofita la difusió d'aquestes activitats per a informar també de l'existència del Programa

3.A.5. Carpeta titulat

Amb la col·laboració del Servei de Gestió de la Docència i Estudiants, en concret de la secció de títols, totes les persones reben en mà el “kit del titulat” en la recollida del títol que inclou:

- Carta del Rector UJI donant-lis d’enhorabona
- Presentació del Programa AlumniSAUJI i avantatges
- Material per a inscriure’s al Programa
- Informació del Postgrau UJI

3.A.6. Presència en fase presencial de matrícula grau primer any

Amb la col·laboració del Servei de Gestió de la Docència i Estudiants, presència la setmana de matrícula de grau presencial que es realitza al mes de juliol. Amb dos vies informació:

- Donar benvinguda als nous membres UJI: Un antics alumne naix el dia que es matricula per primer cop. Que sàpiguen que poden comptar amb l’experiència d’antics alumnes.
- Informar als pares i acompanyants dels nous matriculats amb “Fes-te amic de l’UJI”.

3.B) Accions amb els Alumni de l’UJI

Per a poder gestionar el Programa AlumniSAUJI la Universitat Jaume I ha creat el seu propi programa CRM (Customer Relationship Management) amb el que es realitzen la major part de les accions amb la base de dades Alumni i que es vol fer extensible a la resta de serveis que gestionen bases de dades.

Per ara, amb el CRM es gestiona sols els AlumniBàsic.

Està pendent la migració de les dades dels AlumniSAUJI Premium (exSAUJI) i ampliació del CRM a resta Programes UJI.

Així que actualment es manté el sistema de gestió antic de SAUJI i el nou CRM per als AlumniBàsic

Les dades de les que es nodreix el Programa Alumni són:

- les dades que en el seu dia van facilitar els antics alumnes quan estaven matriculats a UJI
- les dades que faciliten per a formar part del Programa

- Les dades que s'aconsegueixen en les accions a les xarxes socials, principalment LinkedIn
- les dades que faciliten en el moment de la sol·licitud del títol (pendent)

3.B.1. Accions amb els alumni que encara no formen part del Programa AlumniSAUJI

La majoria de les dades de contacte de les que disposem (alumnes no recents) es corresponen amb les dades de contacte familiar o principal facilitat en el moment d'estar matriculats a l'UJI.

Això comporta fer accions d'actualització de la base de dades periòdiques:

3.B.1.1. Coordinació amb bases de dades d'altres serveis UJI. En especial amb el Servei de Gestió de la Docència i Estudiantat (SGDE) que recull els mails més recent que facilita l'alumni en la sol·licitud del títol.

3.B.1.2. Accions d'e-mail màrqueting (mails massius) a totes les persones que han format part de l'UJI i que compleixen els requisits per a ser AlumniBàsic.

- o 1er enviament mailing el 20-11-2014 a prop de 30.000 membres
- o 2on enviament mailing el 10-02-2016 a prop de 26.000 membres

En ambdues accions hi ha un increment de més de 1.000 inscrits en els dies posteriors a l'acció.

Inscrits a Alumni Bàsic			
Mailing	nov-14	des-14	total
20/11/2014	1.017	117	1.134

Inscrits a Alumni Bàsic			
Mailing	feb-16	mar-16	Total
22/01/2016	968	251	1.219

- o Inscripció automàtica com AlumniBàsic (a partir de març 2016): aquells membres de la comunitat universitària que compleixen amb els requisits per a ser AlumniBàsic, passen a formar part del Programa de forma automatitzada.

3.B.1.3. Accions de Telemàrqueting: ja realitzada amb els antics alumnes del 2004-2010. En actiu acció amb titulats: 2011-2012-2013

Al 2015 i 2016:

Any titulació	Nombre alumni pendants contactar
2004	900
2005-2010	356
	1256

Contactes actualitzats = 305 (24% actualitzats) - Definitius: 83 (altes efectives Bàsic) (6% altes Bàsic)

- Al 2016 i 2017 (Pendent)

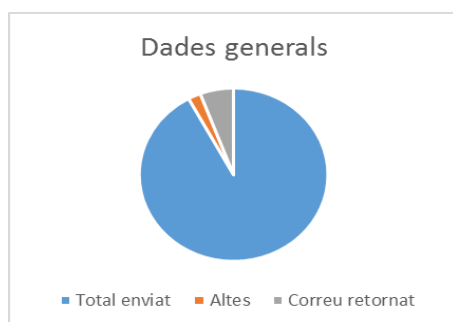
Any titulació	Nombre alumni pendants contactar
2011	1.458
2012	1.630
2013	1.452
	4.540

3.B.1.4. Accions postals: enviament cartes als antics alumnes dels que sols disposaven d'aquesta via de contacte.

Hi havia 11.879 titulats proposats, no contactats, sense mail. D'aquests sols teníem adreça postal (familiar o de quan estaven matriculats). Aproximadament, 1.000 eren adreces estrangeres.

Total cartes enviades: 10.750

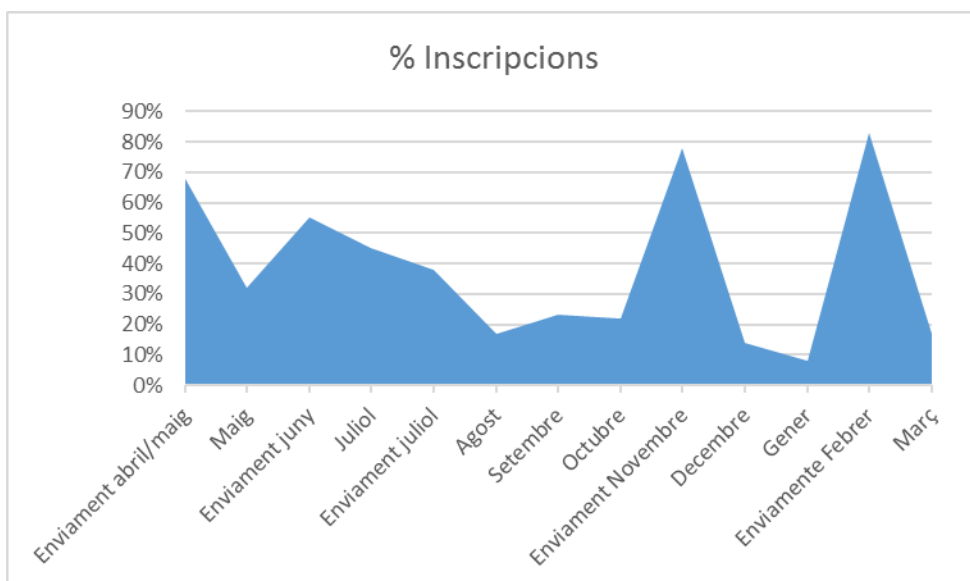
Total enviat	10750	%
Altes Alumni Bàsic	253	2,35
Correu retornat	671	6,24



S'ha fet en 5 enviament de 2.000 cartes cada un:

Data	% Inscripcions
Enviament abril/maig: 2.000 cartes	68%
Maig	32%
Enviament juny: 2.000 cartes	55,00%
Juliol	45%
Enviament juliol: 2.000 cartes	38,00%
Agost	17,00%
Setembre	23,00%
Octubre	22%
Enviament Novembre: 2.000 cartes	78,00%
Desembre	14,00%
Gener	8,00%
Enviamente Febrer: 2.750	83%
Març	17%

Relació entre enviament postals i altes al Programa AlumniSAUJI:



3.B.2. Accions amb els membre que formen part del Programa AlumniSAUJI

3.B.2.1. Accions d'actualització de dades

És fonamental mantenir la base de dades dels AlumniSAUJI actualitzada, ja que la via principal de contacte és el mail.

Es realitza de forma habitual acció d'actualització dels mails retornats a la llista de distribució saujis2@uji.es i dels enviaments als AlumniBàsic a través del CRM.

Per exemple, la darrera acció d'actualització amb els mails retornats dels AlumniSAUJI Premium utilitzant el contacte telefònic ha permès actualitzar el mail a 290 AlumniSAUJI Premium del 350 mails retornats, per tant amb una efectivitat del 83%.

3.B.2.2. Accions fidelització

Les accions de fidelització es fonamenten en la comunicació amb l'antic alumnat per tal de mantenir viu el vincle amb la Universitat i obrir noves vies de col·laboració i participació en la vida universitària.

Els membres del programa AlumniSAUJI, tant en la seua categoria Bàsic com Premium, tenen dos línies comunicatives que responen a dos objectius principals:

- d'una banda, reforçament de la marca UJI i del sentiment de pertinença
- d'una altra, la difusió de l'oferta formativa i activitats del seu interès que realitza la institució.

3.B.2.2.a) Reforçament de la marca UJI i sentiment de pertinença

Es presenta en els formats i canals que es defineixen a continuació i el contingut es basa en informació institucional de rellevància per a l'antic alumnat:

- reconeixements a la Universitat
- procediments administratius
- formació continuada
- oferta cultural o esdeveniments socials com la Festa de les Paelles, les graduacions, la Magdalena, etc.)
- informació relacionada amb antics alumnes de l'UJI i la seua situació actual (premis, trajectòria professional, se'ls convida a participar en activitats UJI prop del seu lloc de residència actual...).

- **Butlletí electrònic**

- Alumni Bàsic: semestral
- AlumniSAUJI Premium: cada tres setmanes

- **Xarxes socials**

Les dades aportades són de les xarxes socials gestionades pel programa, tot i que les accions es complement i reforcen amb les oficials de l'UJI.

- Facebook: 2200 seguidors
- Twitter: 843 seguidors
- LinkedIn: 3128 contactes

- **Informació perfilada segons Clubs territorials**

3.B.2.2.b.) Difusió de l'oferta formativa i activitats UJI i AlumniSAUJI

Per a la difusió de l'oferta acadèmica existeixen dos canals:

- **Llistes de distribució moderades**

Llistes genèriques (tots els alumni, Alumni Bàsic o AlumniSAUJI Premium) on els serveis UJI poden enviar directament l'informació que volen que reba l'antic alumnat i amics i amigues de l'UJI. Els membres de la categoria Premium, a més a més, també reben la llista de distribució UJI com la resta de comunitat universitària.

- **Enviaments perfilats**

Informació específica enviada des del programa AlumniSAUJI. Segons el tipus de formació o activitat, els enviaments es poden perfilar segons:

- **Cercles professionals** (hi ha 15 cercles)



L'antic alumnat segons la seua titulació es adscriu de manera automàtica a un cercle determinat, però pot decidir després ampliar quin tipus d'informació vol rebre segons el seu perfil professional, interessos, etc.

Altres variables habituals en la segmentació i perfil dels enviaments són:

- **Titulació**
- **Any de finalització d'estudis**
- **Clubs territorials**

AlumniSAUJI Premium	Quantitat
Butlletins genèrics	15
Comunicacions General	12

Alumni Bàsic	
Butlletins genèrics / Comunicacions generals	Quantitat
	7

Cercles professionals	
Agrari	8
Arquitectura	6
Babel	9
Comunicació	9
Història i Cultures	4
Educació	8
Empresarial	11
Industrial	7
Informàtica	10
lure	3
Laboral	2
Química	6
Salut	6
Turisme	6
Disseny i Videojocs	7

Estes dades reflecteixen els missatges rebuts pels membres de les categories Bàsic i Premium. No es comptabilitzen els mails de benvinguda, informació inicial, etc.

L'oferta que s'envia pels canals descrits anteriorment inclouen:

- 1. En el moment de fer-se membre:**
Resum avantatges alumni (accessos, oferta de formació continuada - SLT, SASC, etc.)
- 2. Anualment:**
Oferta formativa de postgrau (màsters i altra formació específica) perfilada segons l'àrea de coneixement.
- 3. Puntualment (a mesura que es produeix) -->** activitats d'inserció laboral realitzades per la OIPEP i l'Agència de Col·locació i altra formació o informació molt relacionada amb àmbits d'estudi o titulacions que facilita el PDI (jornades, conferències, estudis realitzats a l'UJI, notícies d'interès en premsa, etc.).

Resum comunicació per a fidelització Alumni Bàsic

Al tancament d'expedient (en persona)	Kit del titulat: Carpeta + carta + materials + flyer
DATA ALTA (DA) (tancament d'expedient):	Mail «Benvinguda»
DA + 4 dies	Butlletí Zero
DA + 15 dies:	Mail «Què vols rebre»
DA + dins 3 primers mesos: Butlletí AlumniBàsic	Butlletí AlumniBàsic
A partir dels 3 mesos DA:	Mail específic cercles als que estigui inscrit
3. A partir dels 4 mesos inscripció:	Mail «Fes-te Premium.Formació»
	Mail «Fes-te Premium. Suport UJI»
	Mail «Fes-te Premium. Instal·lacions»
	Mail «Fes-te Premium. Descomptes»

Resum comunicació per a fidelització AlumniSAUJI Premium

Data inscripció (DI)	Mail Benvinguda
DI+4 dies	Mail informant de tot el que té i com accedir (espai web específic) / FAQ's
DI + 7 dies	Amb quin mail vols que et contactem? Actualització dades Telemarketing – actualització dades mails retornats+ enviament mail beneficis premium recordatori
A partir de DI, cada 3 setmanes	Butlletí electrònic específic Difusió als Cercles informació personalitzada, destacant sempre si l'activitat té preus reduïts o avantatges especials per als Premium Felicitació aniversari amb regals per seus Felicitació Nadal i recordatori % descomptes en establiments
1 mes abans caducitat DI	Carta correu ordinari, prèvia al període de cobrament quota, amb formació pròpia i activitats AlumniSAUJI Enquesta satisfacció – pendent integració amb suport OPAQ
DI + 11 mesos	Si no han fet activitats, mail específic i nominatiu: “Encara no has fet ús de....XXXX”
DI + 11 mesos	Segons activitats realitzades: mail específic i nominatiu: “Encara no has

fet ús de...XXXX”

Enviaments comunicats oficials:
assemblea, memòria, etc.
Campanya classe de màster gratuïta

3.B.3. Accions detecció Alumnis estratègics

Per a poder localitzar als que anomenen alumnis estratègics es realitzen tres ferramentes que es complementen:

3.B.3.1. Accions amb LinkedIn

Accions amb LinkedIn per a detectar ubicació i dades laborals Alumni

La pàgina de LinkedIn de la Universitat Jaume I detecta 13.490 alumni i permet fer segmentació per territori o empreses on treballen.

La pàgina de LinkedIn de l'UJI té 11.275 seguidors i la d'AlumniSAUJI 3.143 seguidors. Per a contactar amb ells es realitzen publicacions periòdiques al “mur” que poden veure els seguidors.

Tanmateix, LinkedIn no permet fer accions massives de difusió als contactes de mail dels alumni i els enviaments segmentats tenen un cost, ja que es considera campanya de publicitat, i permeten un màxim de 50 enviament per dia.

Actualment, s'està realitzant contacte individual, amb missatge personal a través del compte de linkedin a cadascú dels membres alumni de la Universitat Jaume I.

Acció XXV aniversari LinkedIn+ PDI

Amb motiu de XXV aniversari de l'UJI es va realitzar una recerca d'antics alumnes amb èxit professional en la que es va haver de combinar recerques per LinkedIn junt amb els contactes que van facilitar el directors de grau i màsters dels seus antics alumnes.

Es va establir contacte amb 124 alumnis considerats amb èxit professional. D'aquests, 48 van participar activament en un vídeo corporatiu de l'UJI del XXV aniversari donant el seu testimoni i es van oferir a col·laborar en accions UJI que pogueren ser d'interès per a l'entitat.

3.B.3.2. Clubs Territorials

Creació de Clubs territorials per a implantar per territoris la xarxa d'antics alumnes i conèixer llocs de responsabilitat que ocupen en l'àmbit laboral

El clubs AlumniSAUJI són una representació territorial d'antics i antigues alumnes a diversos països del món o províncies d'Espanya.

Tenen com a finalitat:

- * impulsar i promoure activitats de col·laboració
- * intercanvi i millora professional dels egressats i les egressades de l'UJI en les seues zones de residència actual
- * oferir assessorament institucional i acadèmic per part de la Universitat
- * donar-los accés a serveis i formació online.

La creació d'aquests clubs territorial no sols pretén reforçar el vincle dels antics alumnes amb la institució en la que es van formar, també vol servir de mitjà per a establir lligams amb la resta d' antics membres de l'UJI, independentment del seu lloc de residència.

Amb els clubs també es vol potenciar la xarxa col·laborativa dels antics alumnes per a:

- potenciar projectes professionals
- facilitar informació als futurs i futures alumnes d'aquell territori interessats en estudiar a l'UJI
- recolzar als nous arribats al territori del club per facilitar la seua acollida.

Al 2016, d'àmbit estatal, s'han realitzat gestions per a incentivar la creació del Club AlumniSAUJI Madrid, Club AlumniSAUJI Tarragona i Club AlumniSAUJI Terol, coincidint amb un acte de promoció de postgrau o grau en aquests territoris i afavorint una trobada amb els antics alumnes de la zona o residents a la mateixa

Territori	Nombre contactes LinkedIn d'aquest territori	Nombre contactes interessats en formar Club
Madrid	459	84
Tarragona	328	Pendent contacte
Terol	286	Pendent contacte

En l'àmbit internacional, el I Club Internacional AlumniSAUJI va ser el de Colòmbia i es va inaugurar per rector el 29 de maig de 2016 coincidint amb la trobada d'antics i antigues alumnes de l'UJI que resideixen a aquest país.

Coincidint amb les accions de promoció del postgrau, també s'han iniciat les gestions per a realitzar el Club Mèxic i el Club Equador.

Territori	Nombre alumni contactats	Membres del Club
Colòmbia	159	35
Equador	155	Pendent creació oficial
Mèxic	157	Pendent creació oficial

4.B.3.3. Accions amb el PDI per a conèixer contactes amb alumni excel·lents

El professorat UJI és qui millor coneix on estan els seus antics alumnes excel·lents i en moltes ocasions manté un contacte actiu amb ells.

A través dels deganats i direcció escola, junt amb mailing al PDI es va realitzant una relació d'antics alumnes que ocupen llocs de responsabilitat en el seu àmbit laboral.

4. FERRAMENTES DE GESTIÓ DEL PROGRAMA

1. Base de dades

1. **Creació d'un CRM propi per a la gestió de la base de dades del Programa AlumniSAUJI.** Es treballa amb Servei d'Infomàtica per a implementació del mateix amb el sistema de "sprints" mensuals i calendari d'aplicació anuals.

Per ara, amb el CRM es gestiona el col·lectiu AlumniBàsic. Està pendent la migració de les dades de SAUJI com a AlumniSAUJI Premium. Així que actualment es manté el sistema de gestió antic de SAUJI i el nou CRM.

S'estima fer migració per al juliol de 2017.

1.1. *Protecció de dades: cessió de dades per a gestió Programa*

La Universitat Jaume I és la propietària del fitxer Alumni (AlumniBàsic) i realitzar cessió de dades a la SAUJI que és l'encarregada del tractament de les dades.

En canvi, com es manté l'associació i els Alumni que paguen quota (AlumniSAUJI Premium) són socis de SAUJI, es manté el fitxer SAUJI i es fa cessió de dades a UJI.

Es va modificar addenda de l'actual conveni entre UJI i SAUJI sobre Protecció de Dades Personals per a incloure el tractament dels Alumni per part de SAUJI.

La millor opció seria unificar les bases de dades i que l'UJI fora la propietària del fitxer Alumni que incloguera tant AlumniBàsic com AlumniPrèmium.

1.2. *Vincles i usuaris UJI*

La "fidelització" dels usuaris UJI ha permès el manteniment del compte de correu UJI i, per tant, tenir dades més actualitzades, així com la identificació dels mateixos d'una forma àgil. Per a poder realitzar aquesta fidelització ha estat necessari coordinació amb diversos serveis UJI, especialment amb SI i el Gabinet de Planificació i prospectiva tecnològica.

Actualment:

Tipus de relació amb UJI	Vincles de fidelització
Personal laboral amb relació anterior ja finalitzada	prioris
Antics alumnes	alumni
Personal amb relació laboral anterior i finalitzada per jubilació	senior

Per al Programa AlumniSAUJI s'han creat dos subvincles diferents: alumni i SAUJI (sols els AlumniSAUJI Premium)

Aquests vincles permeten diversos nivells d'accés als productes i serveis de provisió automàtica de l'UJI (accés diferents a instal·lacions, serveis, IGLU (e-UJler), etc) S'està treballant per a establir una política de fidelització i permisos associats al mateix segons usuari.

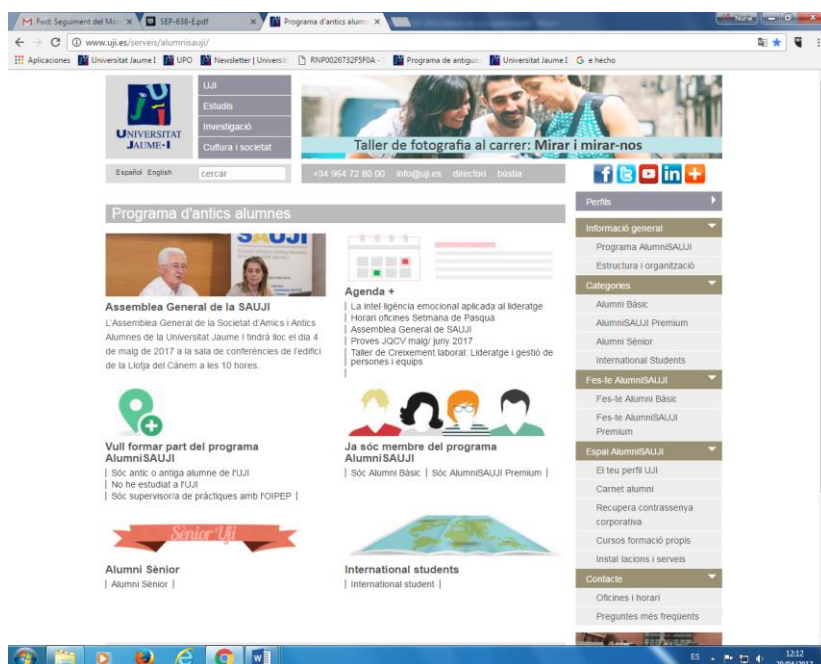
2. WEB: presència online e intranet

1. Espai web del Programa AlumniSAUJI: www.alumnisauji.uji.es

Dissenyada pensant en els usuaris i futurs usuaris del Programa AlumniSAUJI dividint-se en els següents blocs principals:

- Ja sóc membre (AlumniSAUJI Bàsic - AlumniSAUJI Premium)
- Vull formar part
- Senior
- Alumni Internacional

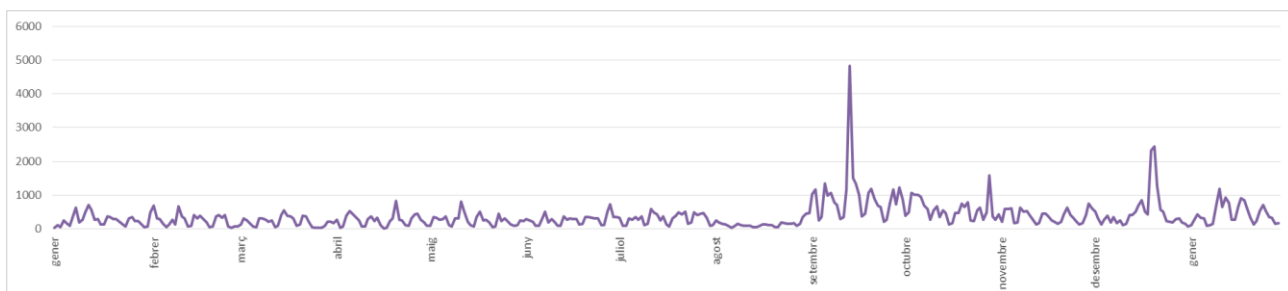
També, des de la pàgina d'inici, es pot accedir a les notícies més rellevants de l'àmbit AlumniUJI, l'agenda d'activitats i un vídeo destacat d'experiències Alumni.



Destacar l'Espai Alumni i, en concret, l'entrada "El teu perfil" que permet als membres Alumni accedir (amb diversos modes d'identificació) a les seues dades personals que poden actualitzar, modificar les seues subscripcions als cercles, etc. Així mateix, l'espai també els permet fer gestions en línia amb l'UJI, com accedir al seu expedient acadèmic o sol·licitar el seu títol.

1.1. Anàlisi de la navegació web de la pàgina AlumniSAUJI: www.alumnisauji.uji.es

1.1.1. Número de pàgines vistes



*! Dades corresponents a la pàgina www.alumnisauji.es (de gener de 2016 a gener de 2017)
! No es disposa de dades demogràfiques perquè només s'ofereixen de la pàgina global (www.uji.es) i no adaptades a les subpàgines*

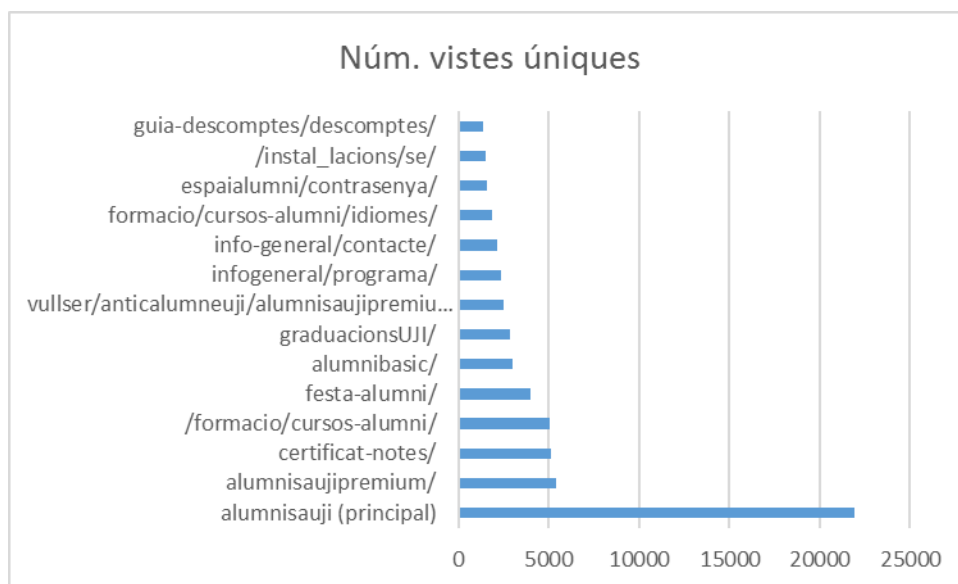
El que s'observa en el gràfic superior és l'evolució de les visites netes a la web <http://ujiapps.uji.es/serveis/alumnisauji>.

Com a l'any 2015, tornem a tenir dos punts de concentració de visites:

- finals de setembre/principis d'octubre
- desembre/gener.

Estos augments coincideixen amb: 1) Llançament de l'oferta de cursos i 2) les graduacions oficials de la Universitat Jaume I.

1.1.2. Pàgines més visitades



El que es desprén de les dades anterior és que les pàgines més visitades són:

- la principal (home)
- les de cursos (tant la general com alguns cursos en particular com els d'idiomes).

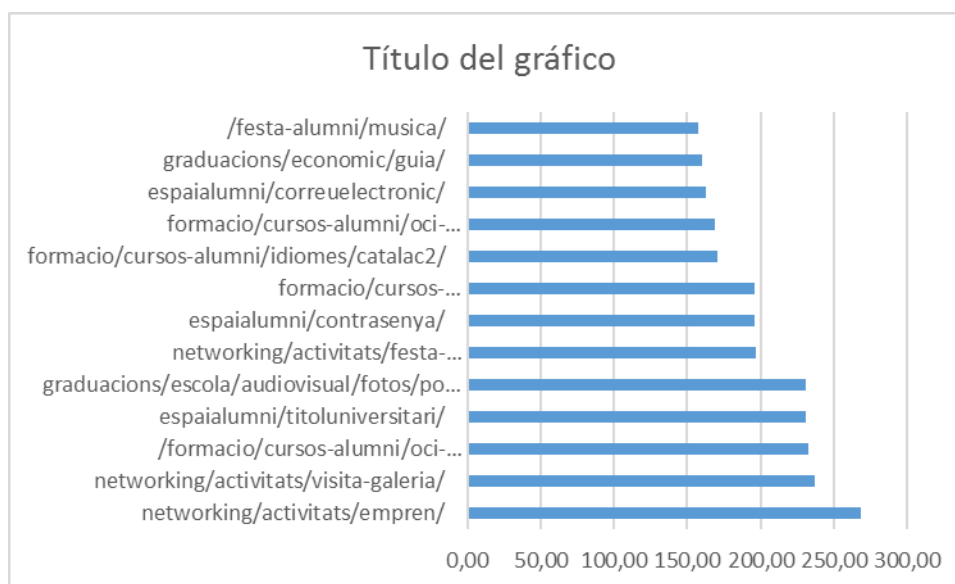
Destacar respecte a l'any anterior l'augment de visites a la web de la categoria Premium on els membres poden fer gestions, però també on les persones interessades poden veure els avantatges d'aquesta modalitat

La web de graduacions es manté com una de les més visitades i augmenten també les pàgines referents a gestions (contrasenya, descomptes, contacte), el que indicaria que el web s'està convertint en una eina d'utilitat en l'atenció als membres del programa.

Aquest 2016 destaquen dos pàgines d'activitats puntuals:

- la Festa Alumni
- la notícia de la sol·licitud del certificat de notes de forma telemàtica.

1.1.3. Pàgines amb més promig de temps d'estada en la pàgina



Les pàgines a les que els usuaris han dedicat més temps per informar-se han sigut:

- Cursos i activitats (entre els que destaquen activitats puntuals com la xarrada d'emprenedoria amb antics alumnes i la Festa Alumni).
- Graduacions, sent les fotografies i la guia del graduat les que més temps han estat consultades.
- Gestions més freqüents com són restabliment de contrasenya, ús del correu electrònic i la més consultada d'aquesta categoria: com sol·licitar el títol universitari telemàticament.

En referència a la mitjana de temps que els usuaris passen en cada pàgina, cal remarcar que no solen coincidir amb les més visitades perquè les més visitades solen ser tipus "menú" on l'usuari fa una ullada general i ha de triar una pàgina més específica per ampliar informació. Només hi ha una excepció que són les pàgines informatives dels avantatges de cada categoria ("Ja sóc..." o "Vull ser...").

3. XARXES SOCIALS: Presència online i gestió comunitat Alumni

4.

- a. Facebook: 2.165 seguidors
- b. Twitter: 843 seguidors
- c. LinkedIn: 3128 contactes



1. **Facebook:** Total: 2165 [Data: 01/01/2017]

- Freqüència de publicació: mínim un cop al dia

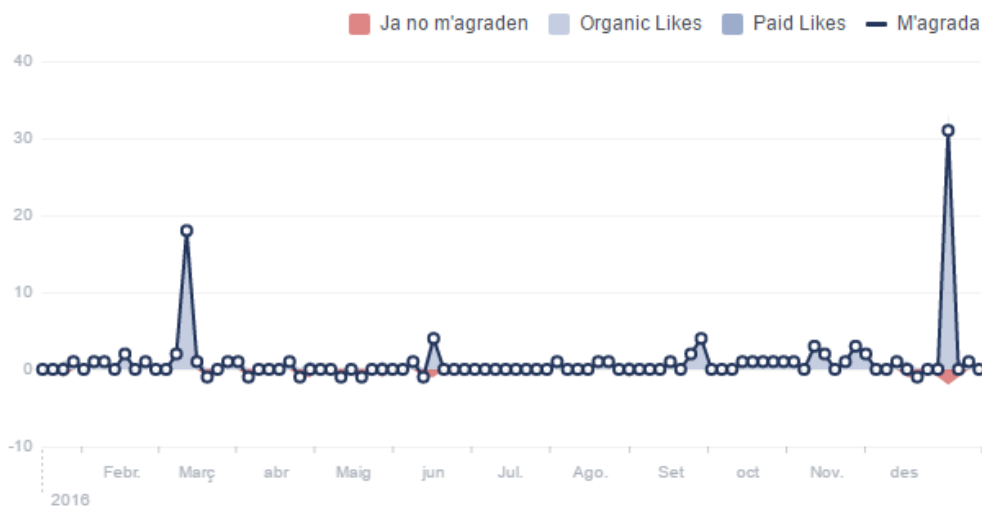
- Tipus de publicació: Autopromoció; Rèpliques a publicacions de l'UJI; informació d'activitats organitzades o en les que participa

M'agrada



Net Likes

Net likes shows the number of new likes minus the number of unlikes.



Abast de les publicacions (orgànic i de pagament)



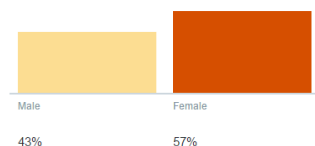
! No tenim informació del perfil dels seguidors perquè Facebook ha limitat la mostrada de dades gratuïta



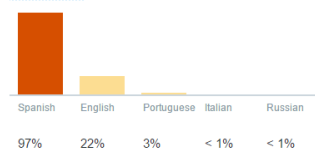
2. Twitter: Total: 795 [Data: 01/01/2017]

Perfil usuaris

Gender



Languages



Region

State or region	% of audience
Comunidad Valenciana / Valencia, ES	47%
Castellón, ES	35%
Valencia, ES	10%
Cataluña / Catalonia, ES	7%
Barcelona, ES	5%
Comunidad de Madrid / Community of Madrid, ES	3%
Andalucía / Andalusia, ES	3%
Alicante, ES	1%
Castilla-La Mancha / Castille La Mancha, ES	1%
Málaga, ES	< 1%

Resum de tweets més destacats (més interaccions)

AlumniSAUJI @AlumniSAUJI
 Enhorabona als nostres alumnes de Publicitat i Relacions Públiques per aquest reconeixement al [@F_Inspirational](#) [#inspirational16](#)
pic.twitter.com/aoc6E0uVaO

Impressions	2,387
Total engagements	30
Media engagements	17
Likes	3

AlumniSAUJI @AlumniSAUJI
 L'alumni de Com.Audiovisual [@mario_adell](#) participa a les retransmissions de [#SanFermin](#) al TD d TVE, no us ho perdeu!
pic.twitter.com/rkAZ2zr9wQ

Impressions	2,498
Total engagements	212
Media engagements	125
Profile clicks	33

AlumniSAUJI @AlumniSAUJI
 Molts ànims a tots els efectius que a hores d'ara treballen per salvar les nostres muntanyes [#ifartana](#)
pic.twitter.com/4bfC7T0fal

Impressions	1,362
Total engagements	30
Retweets	10
Likes	7

AlumniSAUJI @AlumniSAUJI
 L' [@UJI_noticies](#) i [@AlumniSAUJI](#) presenten la Festa Alumni, sumeu-vos als [#25anysUJI](#) <http://bit.ly/2a5YZFI>
pic.twitter.com/GSSBBkrNlu

Impressions	1,318
Total engagements	24
Media engagements	12
Retweets	3



3. LinkedIn: Total: 3.128 contactes [Data: 01/05/2017]

! Les dades corresponen a la informació sobre antics alumnes que proporciona el perfil de pàgina de la Universitat Jaume I, perquè en el perfil de persona AlumniSAUJI no es poden ja treure aquestes dades. La pàgina de LinkedIn de l'UJI té 13.715 seguidors antics alumnes

Empreses on treballen

354 Universitat Jaume I
52 Porcelanosa
35 BP
34 Dep. d'Ensenyament - Gen. Catalunya
33 TecnoCom
25 ITC - Instituto de Tecnología Cerámica
24 Universitat de València
24 Conselleria de educació
18 MAPFRE
17 Diputació de Castelló
17 BBVA
17 Banco Mediolanum
14 CaixaBank
10 GRUPO CAJAMAR

Ubicació geogràfica

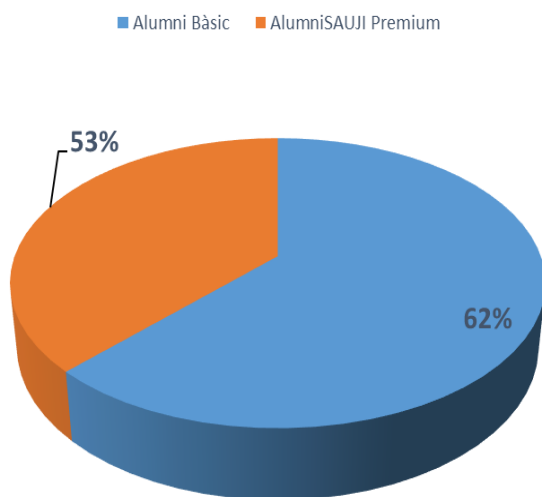
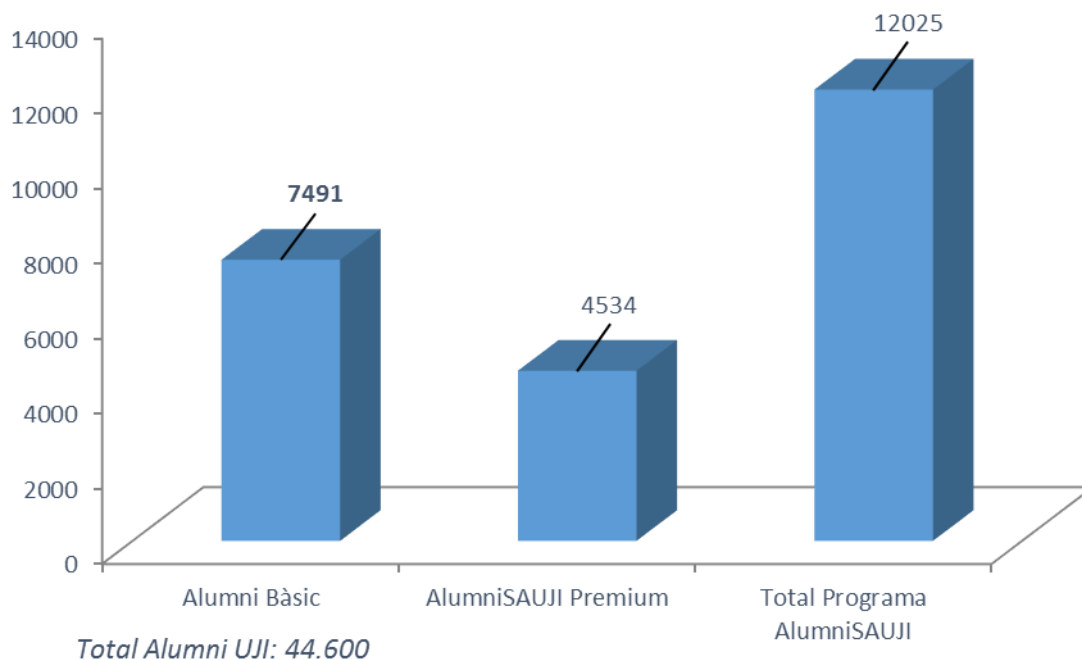
Espanya	Estranger
11.687 España	272 Reino Unido
8.655 Valencia y alrededores, España	151 Alemania
680 Madrid y alrededores, España	145 Francia
578 Barcelona y alrededores, España	136 Estados Unidos
450 Castellón, España	95 Italia
116 Murcia y alrededores, España	45 México
44 Bilbao y alrededores, España	44 Suiza

Sector empresarial

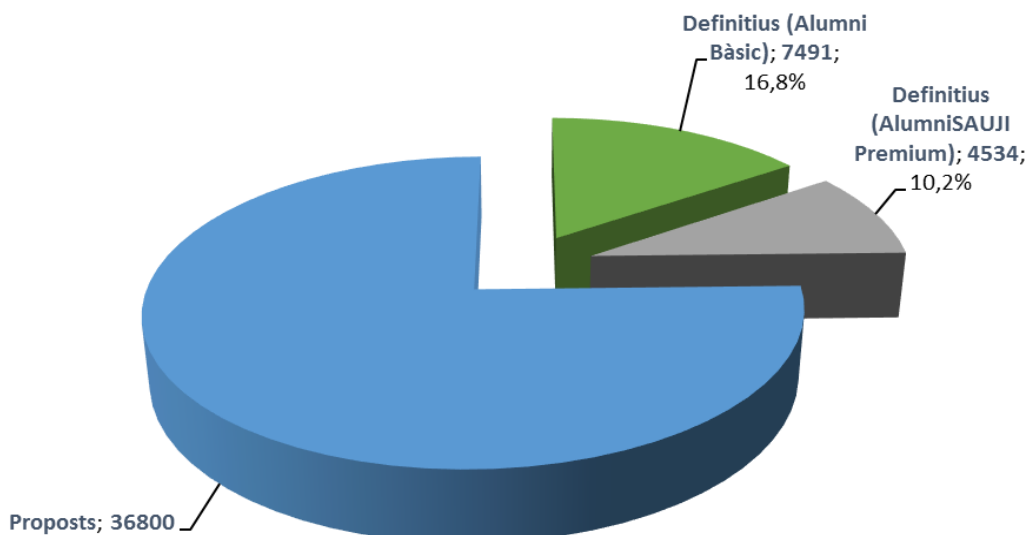
Sector empresarial	Estudis
1.299 Educación	634 Psicología
1.117 Ingeniería	480 Marketing
957 Operaciones	424 Informática, comunicaciones y servicios de asistencia
934 Tecnología de la información	413 Derecho
854 Ventas	400 Economía
756 Medios de comunicación	270 Gestión de recursos humanos/Administración de personal, general
595 Administración	226 Administración y gestión de empresas, general
565 Desarrollo empresarial	144 Lengua y literatura inglesa
556 Arte y diseño	105 Mediación y resolución de conflictos
399 Servicios militares y de protección	99 Química
377 Liderazgo	92 Comunicación, general
368 Servicios sanitarios	85 Traducción e interpretación
366 Investigación	79 Ingeniería industrial
363 Gestión de programas y proyectos	74 Negocios internacionales
352 Marketing	73 Ingeniería informática

5.MEMBRES ALUMNISAUJI –xifres

5.1. Membres actuals - xifres



Total AlumniSAUJI: 12.025- (26,9% del Total AlumniUJI)



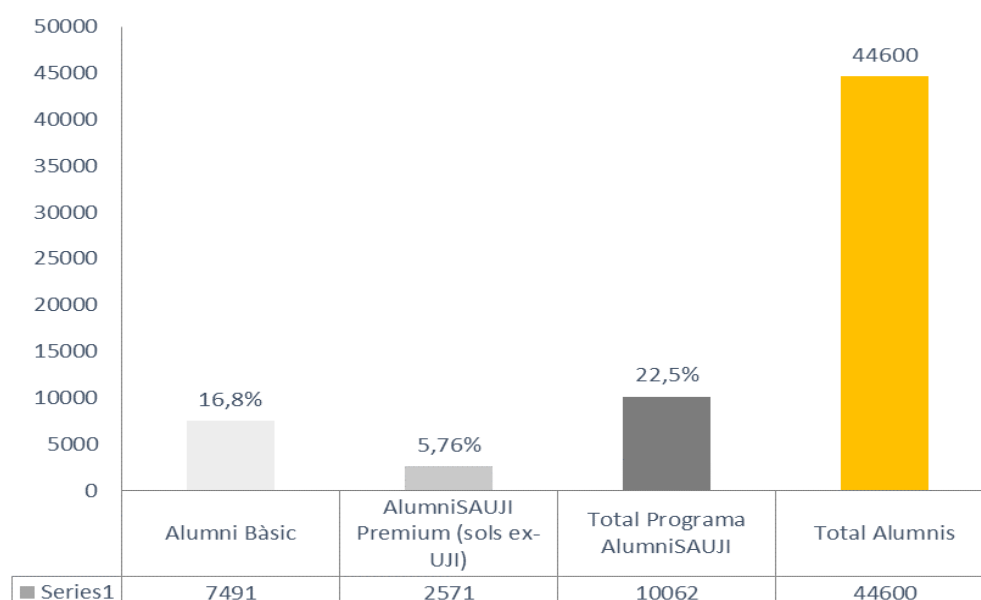
La Universitat Jaume I té un total de 44.600 antics alumnes.

Dels AlumniSAUJI Premium un 80% tenen titulació universitària i, d'aquests, :

- un 71% són antics alumnes de l'UJI= 2.575
- un 29% no ha estudiat a UJI (1.088)

Per tant, podriem dir que **el 22,5 % del total antic alumnat UJI són del Programa AlumnmiSAUJI**

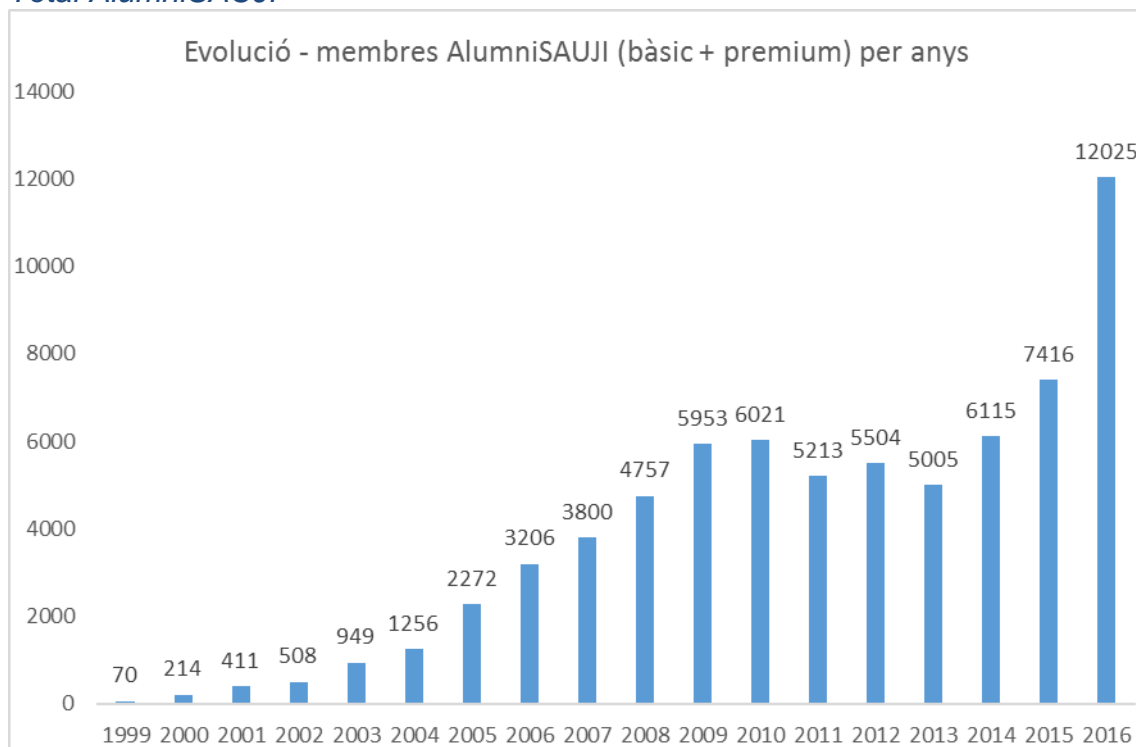
(Si sols tenim en compte els 33.000 amb els que s'ha contactat un 36,4 %)



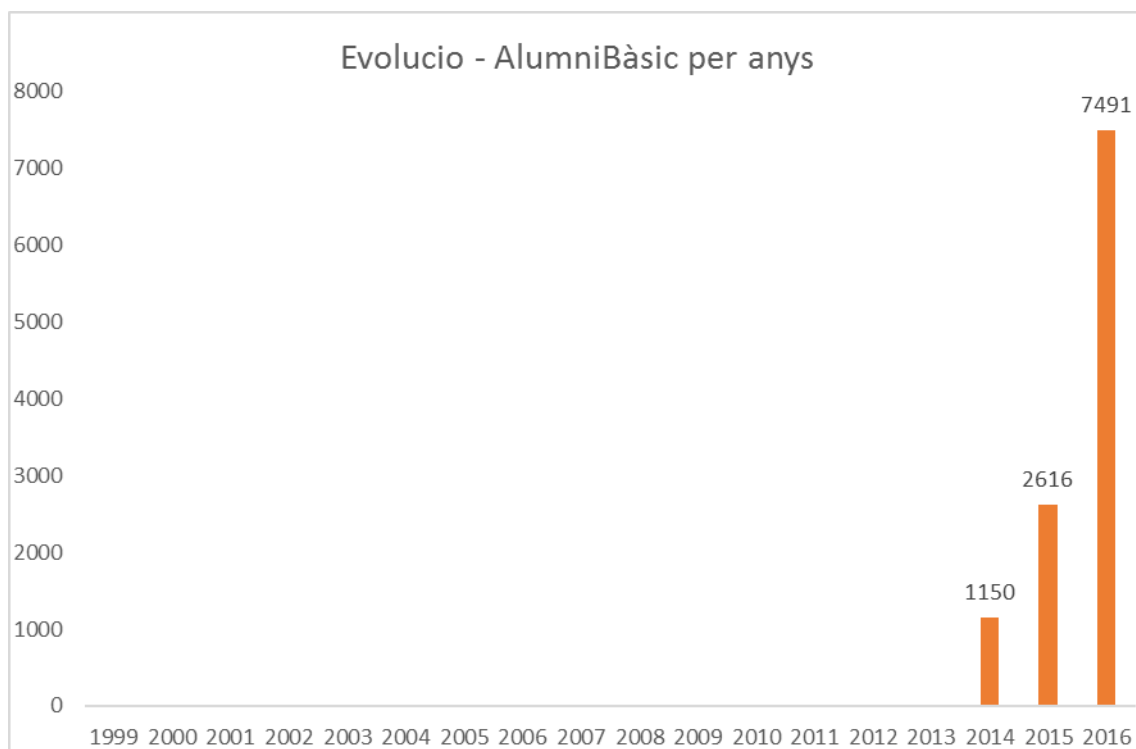
La modalitat d'amic de l'UJI són els que no tenen estudis superiors a UJI (1.088) + 20% no té estudis superiors (906)= 1994 (un 44% dels AS Premium)

5.2. Evolució membres AlumniSAUJI

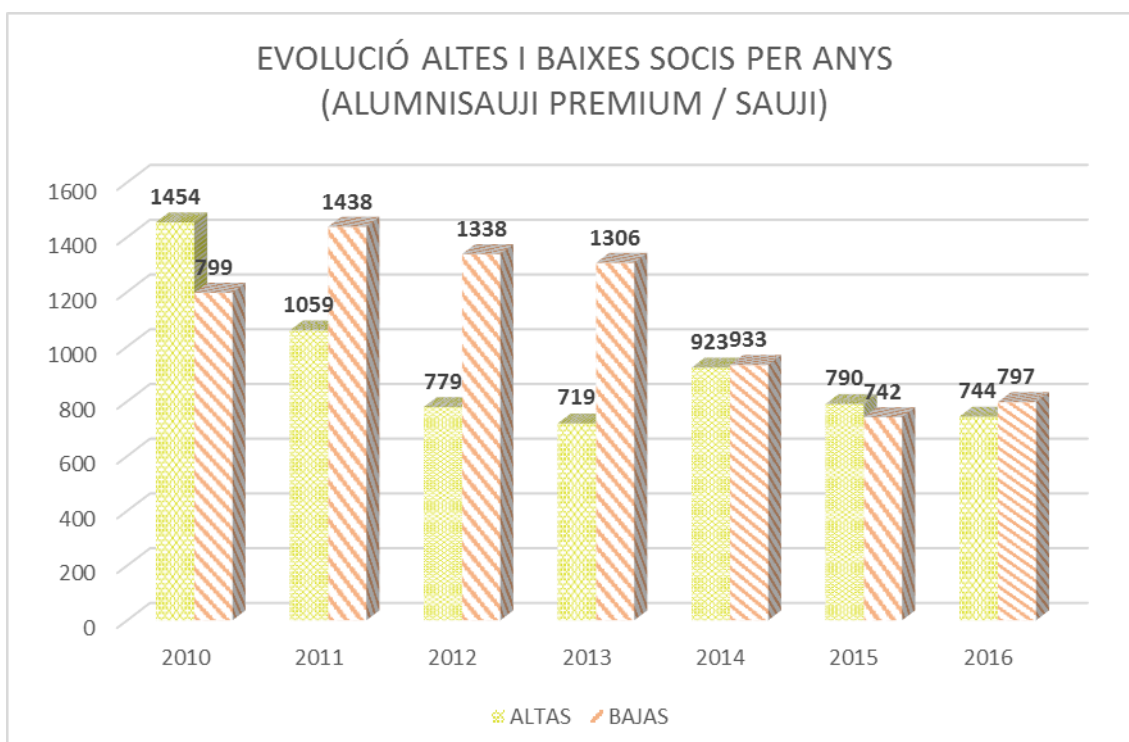
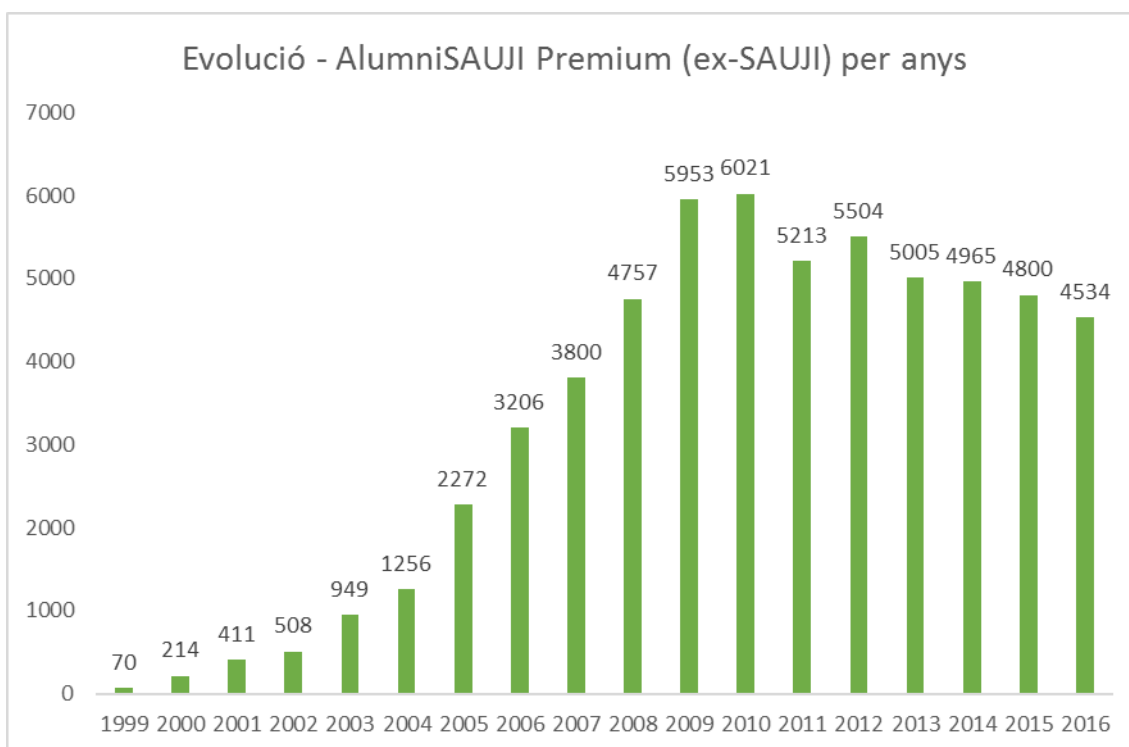
Total AlumniSAUJI



Sols Alumni Bàsic



Sols AlumniSAUJI Premium (exSAUJI)



5.3. Anàlisi evolució membres AlumniSAUJI

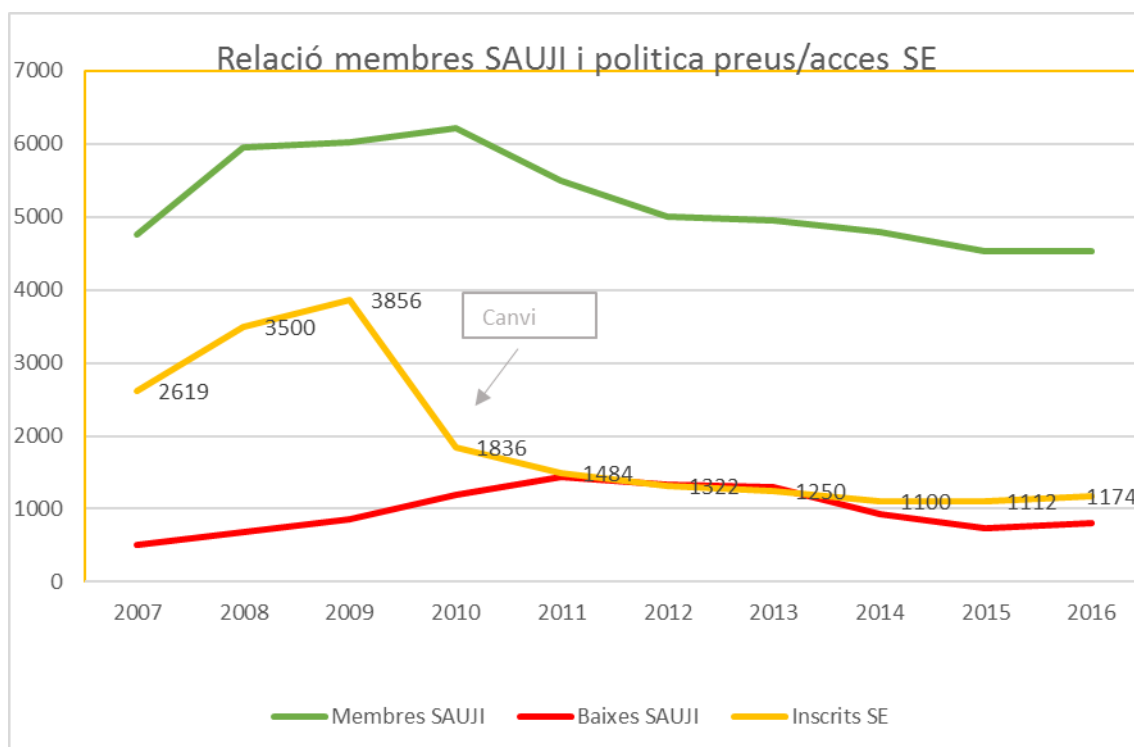
- a) Increment constant dels membres del Programa AlumniSAUJI gràcies a l'increment dels AlumniBàsic:
- 1^a fase: Difusió Programa i mailing inscripció (petició)
 - 2^a fase: automatització inscripcions Bàsic (des de març 2016)
- b) En quan a evolució membres AlumniSAUJI Premiú destacar quatre fets que han afectat a la mateixa:

b.1) Al 2010 hi ha un canvi en la política UJI en quan a accesos i preus a instal·lacions i serveis UJI obrint accés a persones externes.

Amb aquest canvi, acaba l'exclusivitat d'haver de ser SAUJI (si no eren membres de la comunitat universitària) per a accedir a serveis i instal·lacions.

També canvia política de preus i acaba el tracte preferent als SAUJI on s'aplicaven preus de comunitat universitària.

Un exemple clar és el nombre d'inscrits al Servei Esports (SE) i relació amb altes/baixes SAUJI



Canvi política accés SE i preus diferenciats al 2010.

Desde 2012 la SAUJI paga activitats al SE per als socis SAUJI, que suposen una despesa d'uns 15.000 €.
De fet, el 57% de les inscripcions dels AlumniSAUJI Premium al SE són en activitats subvencionades per SAUJI.

Altres serveis que van modificar política accessos i preus són Servei de Llengües i Terminologia (no assessorament CAL), servei informàtica no accés a VPN, etc

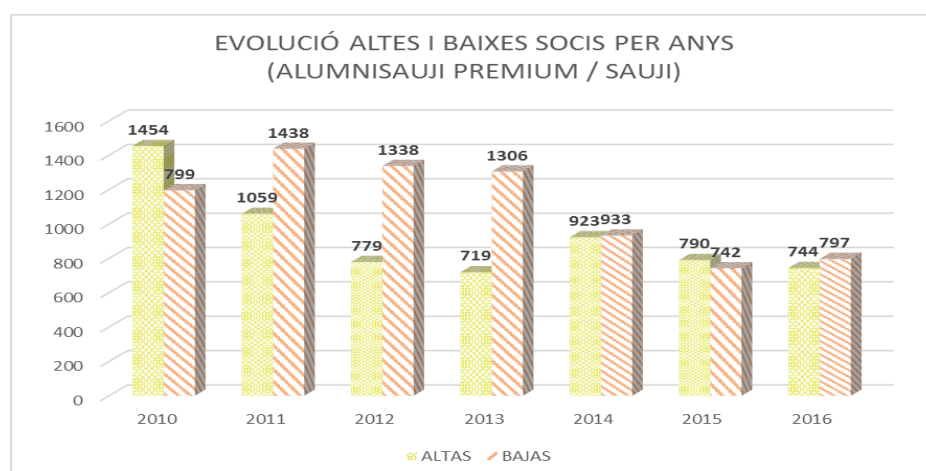
b.2.) Situació econòmica general adversa que implica més baixes per devolució de la quota i disminució ingressos ja que més socis estan en atur i tenen dret a reducció del 50% de la quota.

Les baixes han anat disminuint des del 2011, establint-se la fidelització del 85% dels AlumniSAUJI Premium. És a dir, tant al 2016 com al 2015 més de 4.000 membres han decidit seguir pagant quota anual i mantenir condició de Premium.

b.3.) Reorientació de la política de SAUJI al 2012-2013 fonamentant-se en 4 pilars o avantatges per als seus membres:

- Formació continuada (formació pròpia + info formació segmentada)
- Millora professional (cursos gratuïts + info àmbit professional segmentada + xarxa contactes)
- Pla d'avantatges en serveis UJI i guia descomptes amb el carnet
- Networking (xarxes socials, experiències, etc)

Es va detectar un creixement en les altes i reducció de les baixes.



b.4.) A finals del 2014 implementació del Programa AlumniSAUJI amb la creació de la categoria AlumniBàsic que permet als antics alumnes, de forma gratuïta:

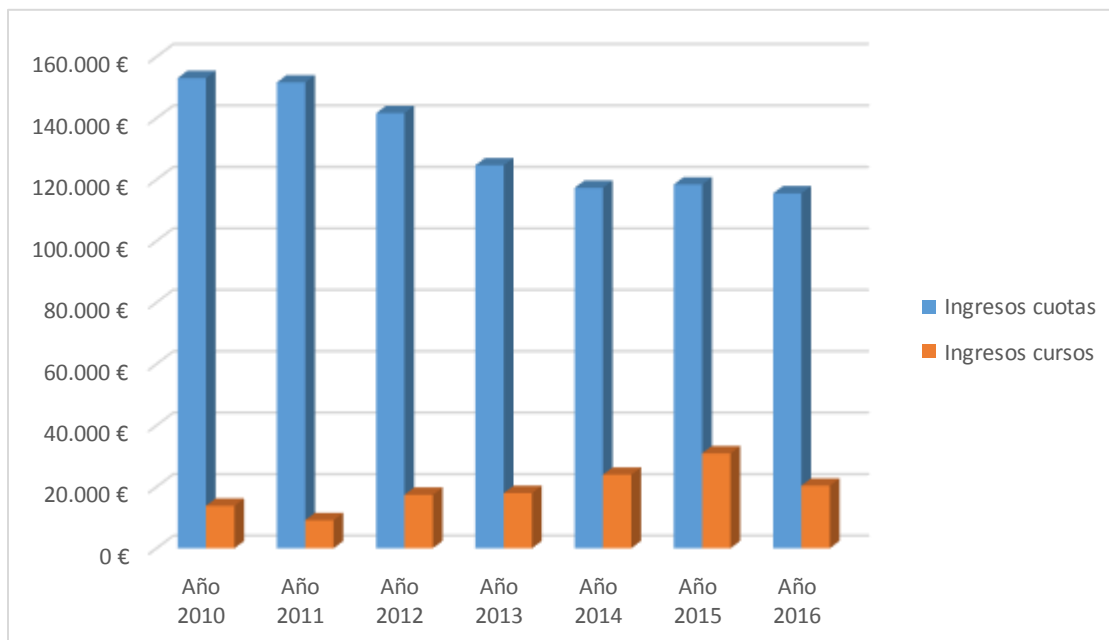
- Mantenir contacte amb UJI i la seua comunitat
- Fer xarxa de contactes
- Rebre informació segmentada
- Accés a activitats de millora professional

El Programa AlumniSAUJI ha comportat una pèrdua del valor de ser SAUJI o AlumniSAUJI Premium, ja que s'ofereixen sense cost part del beneficis que fins ara tenien en exclusiva els membres SAUJI / AlumniSAUJI Premium.

Amb aquesta nova orientació d'AlumniSAUJI a favor del AlumniBàsic el valor de ser Premium es redueix actualment en:

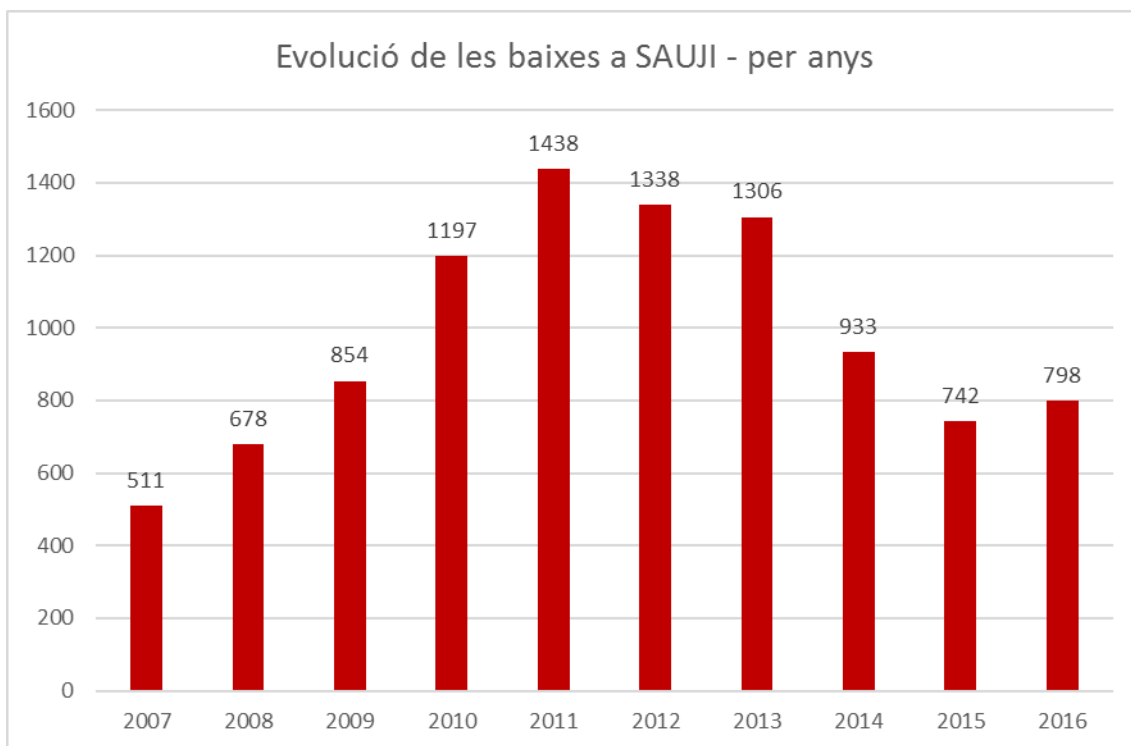
- Carnet UJI i descomptes associats
- Accés a instal·lacions i serveis en condicions especials (molt unit a viure a prop del campus)
- Formació pròpia AlumniSAUJI amb preus reduïts

Podem observar gràficament el descens dels ingressos de l'associació SAUJI derivats de les quotes (la seu aprincipal font d'ingressos) junt amb els ingressos per cursos que s'han convertit en una raó per a ser Premium:



5.4. Anàlisi Baixes i accions recaptació

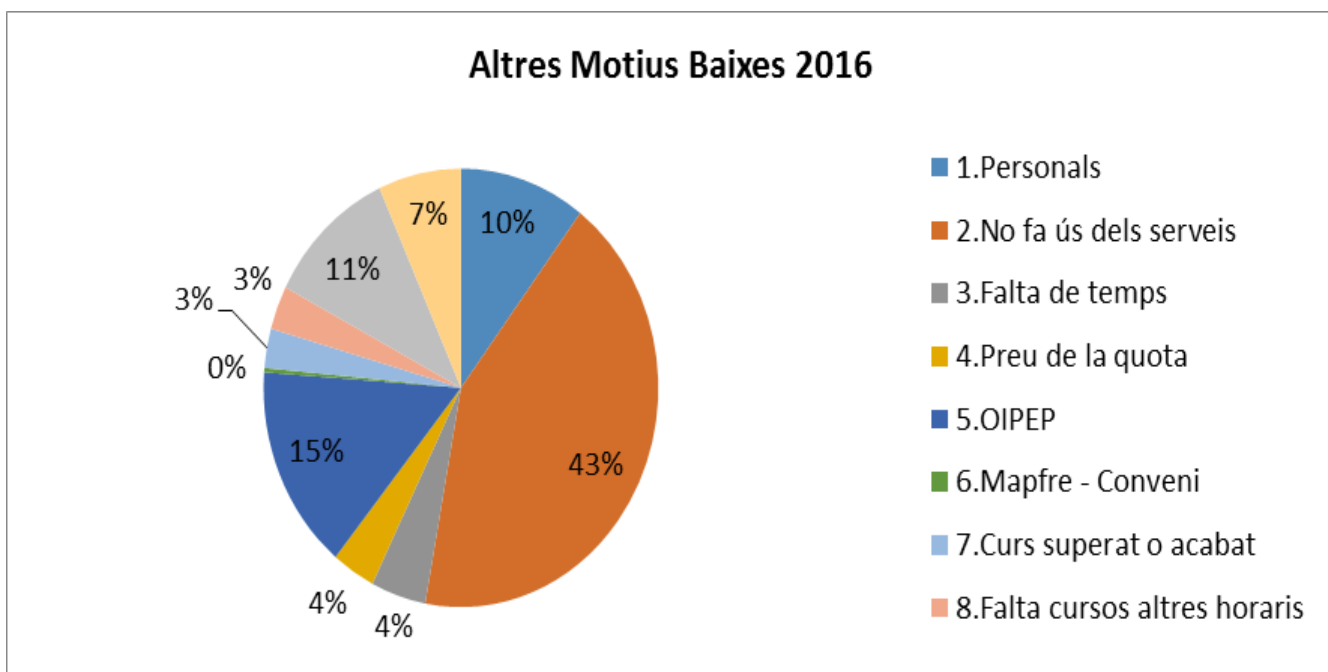
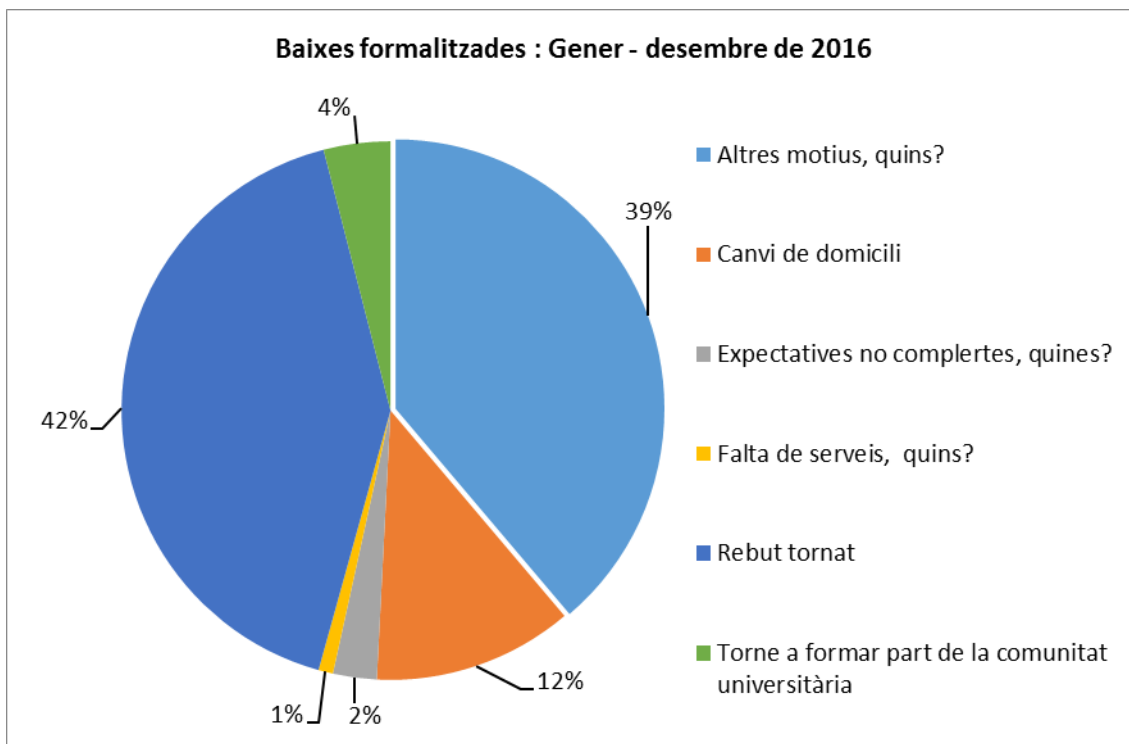
5.4.1 Anàlisi per anys i motius



Estudi Baixes 2016

Baixes formalitzades : Gener - desembre de 2016

Motius	Baixes
Altres motius, quins?	310
Canvi de domicili	96
Expectatives no complertes, quines?	21
Falta de serveis, quins?	6
Rebut tornat	333
Torne a formar part de la comunitat universitària	32
Total general	798



5.4.2..Conclusions anàlisi baixes

- Les baixes han anat disminuint des del 2011 fins al 2016 establint-se la fidelització del 85% dels AlumniSAUJI Premium. És a dir, tant al 2016 com al 2015 més de 4.000 membres han decidit seguir pagant quota anual i mantindre condició de Premium.
- Raons baixes:
 - Més del 42% de les baixes són per devolució de la quota , per tant, no es determina raó o motiu.
 - La segona raó, amb un 39%, són “altres motius” que s’analitzen a continuació
 - La tercera raó de baixa és per canvi de domicili, ja que hi ha inscrits que es translladen a les seues ciutats d’origen o canvien de domicili per un canvi al treball.
- Quan s’inclou anàlisi d’altres motius, després de la devolució de la quota, les raons de baixa són:
 - No fer ús dels serveis d’AlumniSAUJI Premium
 - Canvi domicili
 - Formar part de la comunitat universitària com a estudiant o principalment per ser Supervisor de pràctiques UJI (gratuït)

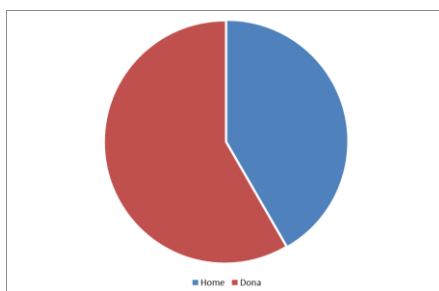
5.4.3. Accions per a incrementar fidelització:

- Incrementar coneixement dels serveis i valors que aporta ser AlumniSAUJI Premium
- Incrementar valor de ser AlumniSAUJI Premium
- Establir beneficis per ser Premium més enllà del campus
- Tractament de recaptació de baixes: tenim mail o contacte de més de 8.000 persones que han format part de la SAUJI en els darrers anys

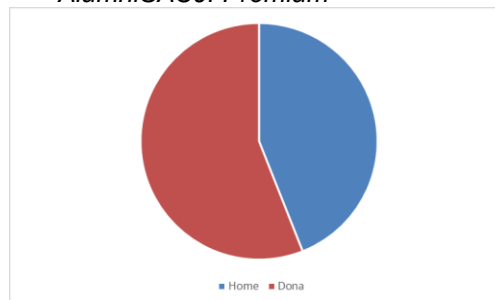
5.5. Perfil dels membres AlumniSAUJI

Gènere

Alumni Bàsic

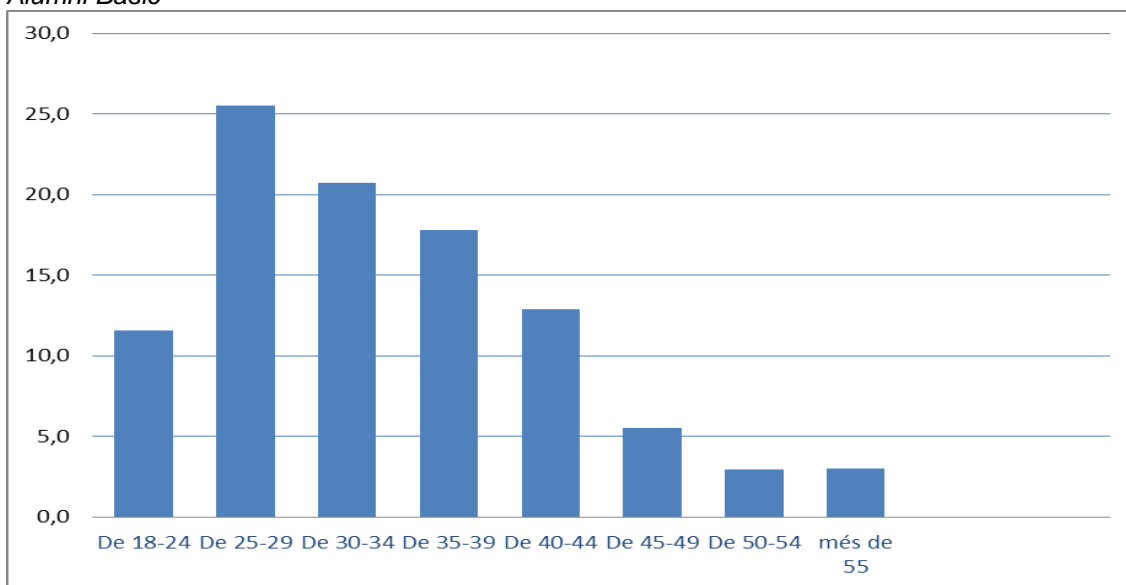


AlumniSAUJI Premium

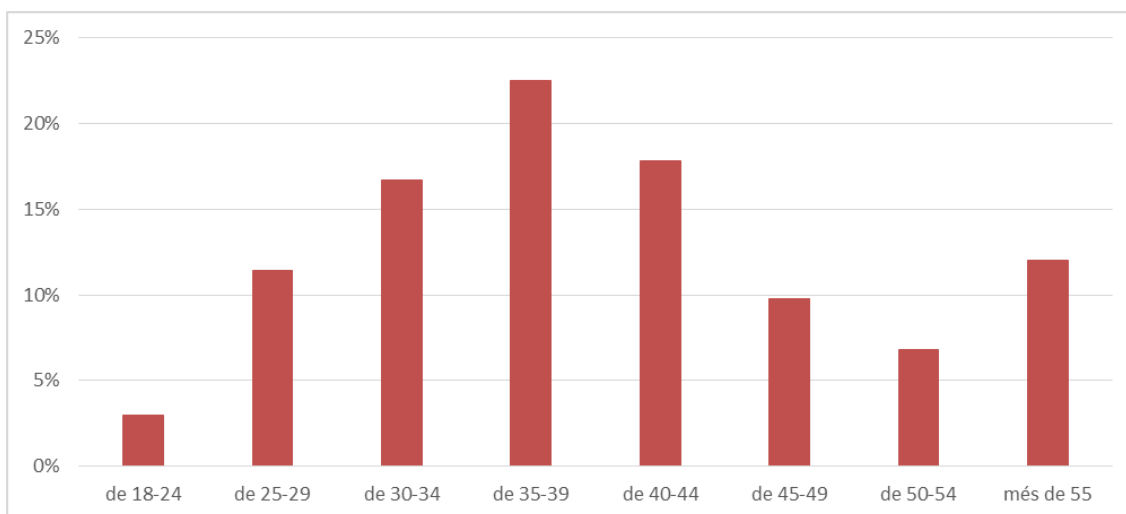


Edat

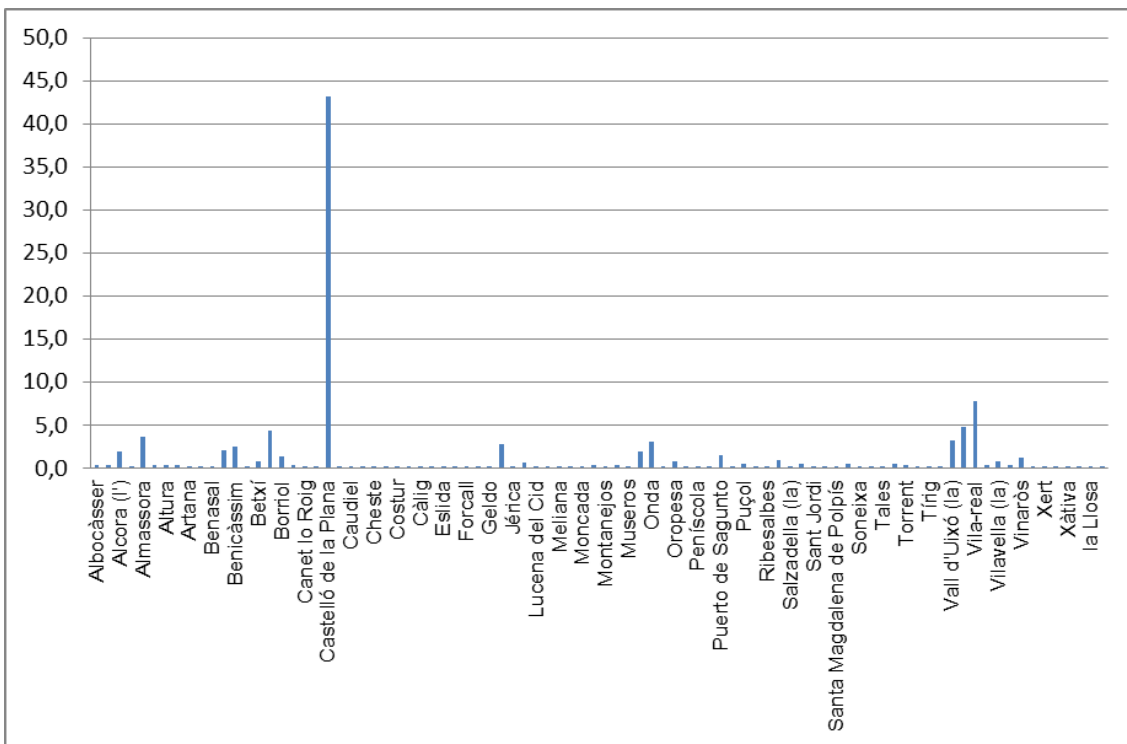
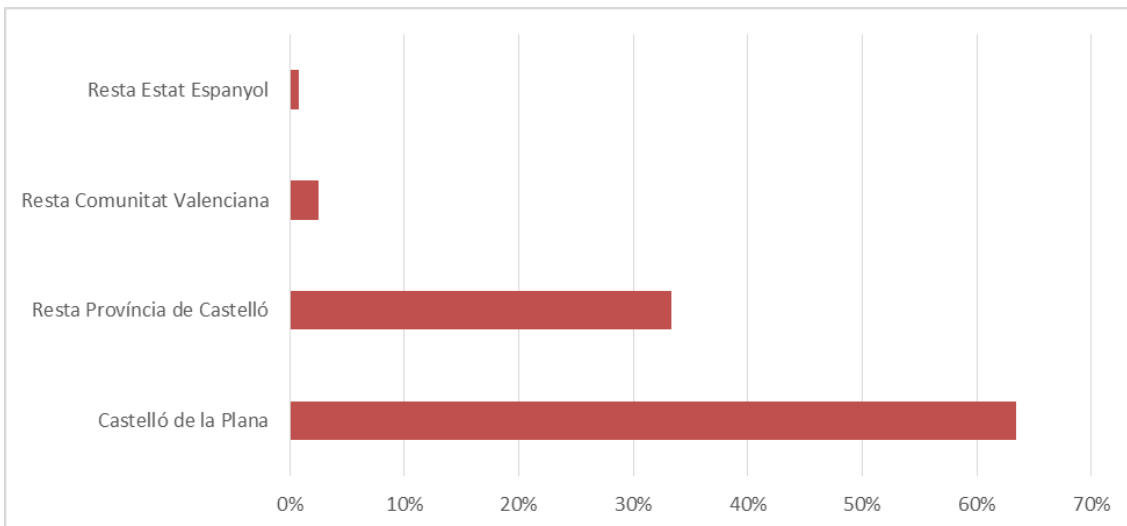
Alumni Bàsic



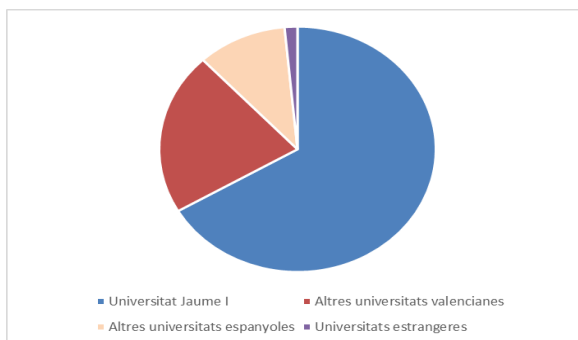
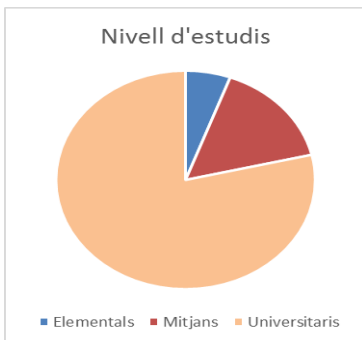
A Alumni Bàsic té un perfil més jove (25-39 anys) que l'AlumniSAUJI UJI Premium (de 30 a 44 anys)



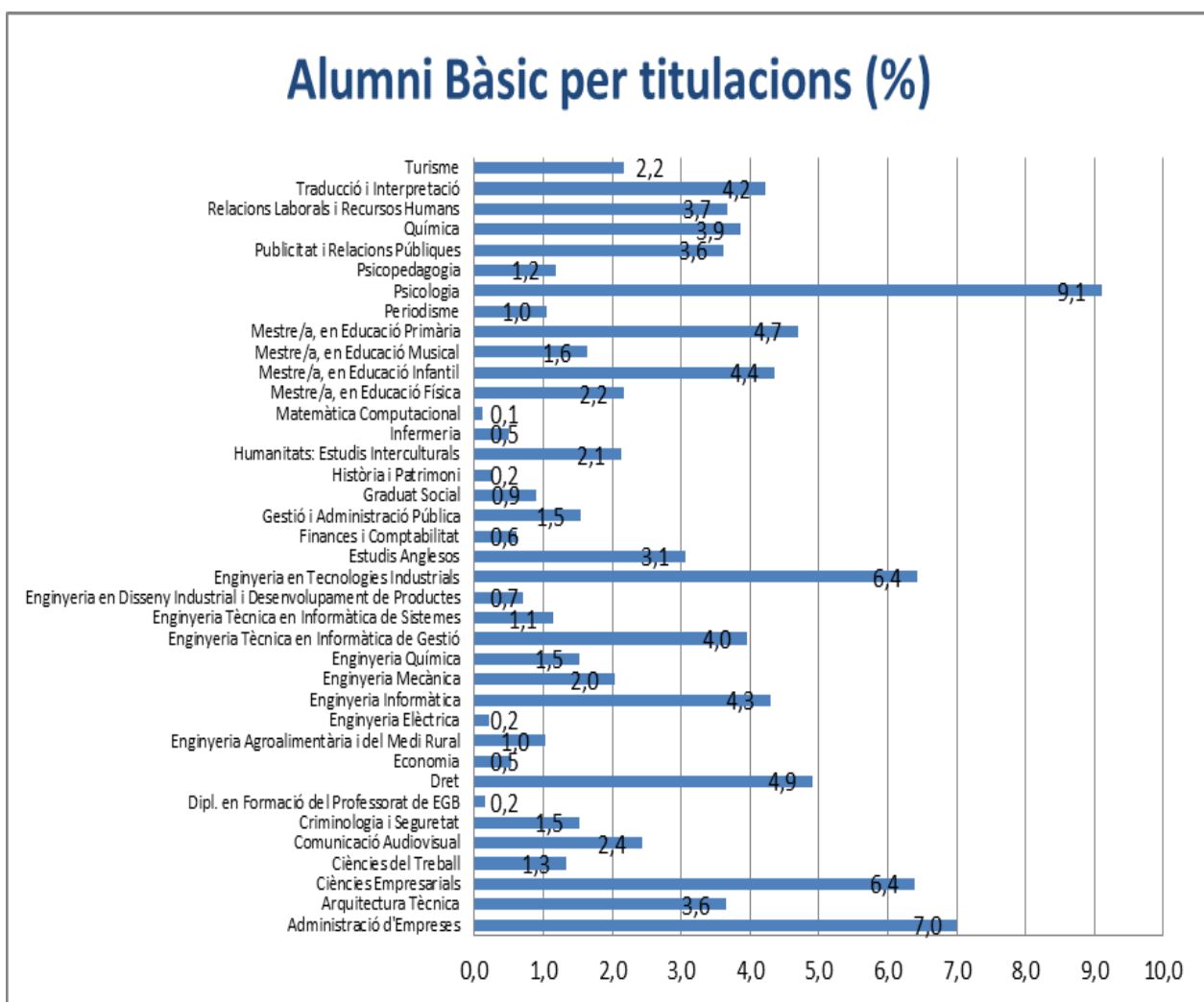
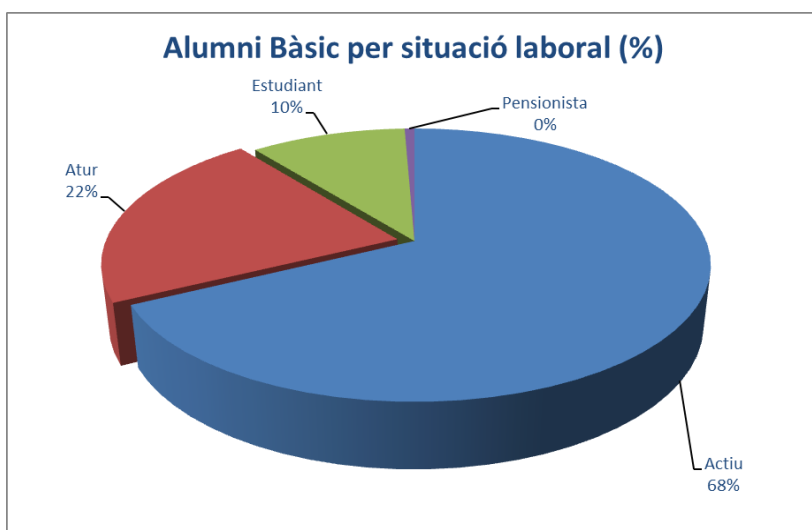
Procedència geogràfica – Programa AlumniSAUJI



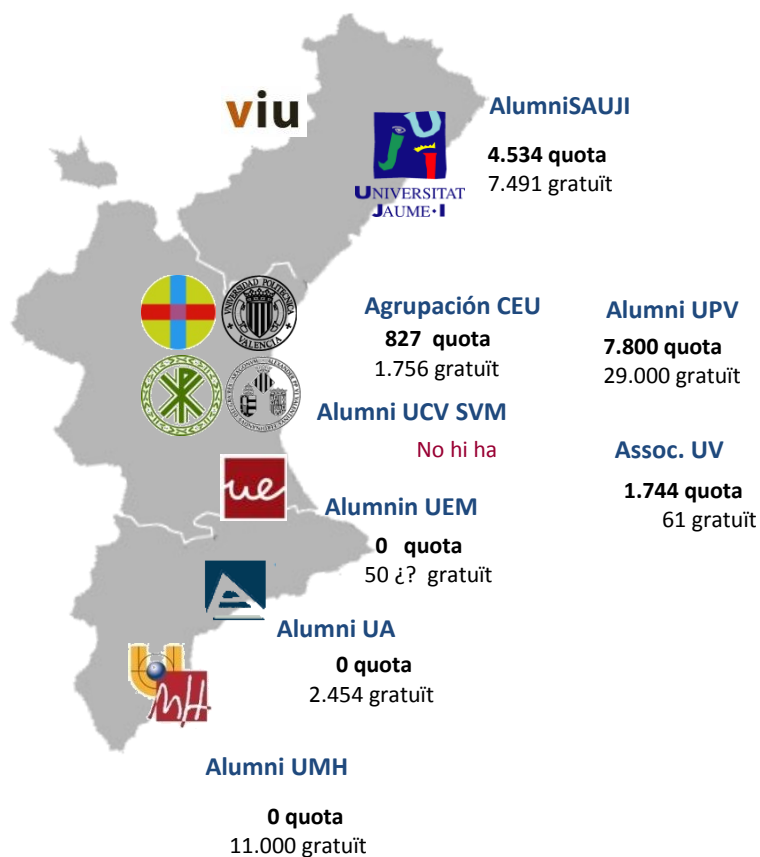
Nivell estudis - Programa AlumniSAUJI



Situació laboral - Sols AlumniBàsic



7.3.Comparativa programes Alumni al nostre entorn



Universitats (estudiantat)
Universitat Jaume I: 14.000
Universitat de València: 55.000
Universitat Politècnica de València: 36.172
Universitat Alacant: 28.400
Universitat Miguel Hernández: 18.965

Quota són els membres Alumni que paguen quota i Gratuït són els membres Alumni sense quota

Font dades Alumni: Elaboració pròpia en base a la informació proporcionada per les Universitats - Programa AlumniSAUJI. Servei Comunicació i Publicacions de la Universitat Jaume I de Castelló
Font dades estudiantat per universitats: Informe "Universitat en xifres" publicat a la web de cadascuna de les Universitat Públiques de la Com. Valenciana

6. ACTIVITATS I FORMACIÓ

6.1. Formació

Durant l'any 2016 s'han realitzat 470 hores de formació pròpia destinada a la millora professional i personal; hi han participat 212 alumnes (socis i sòcies i alumnat de l'UJI).

Català Superior C2 Presencial (2). 80 h	Català superior C2 virtual (2). 80 h
Preparatori Anglès B2 (2). 40 h	Preparatori Anglès B1. 40.h
Taller de fotografia al carrer: aprenent a mirar. 10 h	Workshop on delivering presentations in English. 9 h
Canvia la química del teu cos, millora el teu estat anímic. 2 h	Com construir el teu robot amb programari i maquinari lliure. 9 h

Masterclass

Les *masterclass* són un projecte per incrementar la formació continuada, el reciclatge acadèmic i la connexió amb les últimes propostes dels sectors professionals, que permet als membres de la SAUJI participar, de manera gratuïta, en una sessió del màster. Aquestes places són limitades.

Durant l'any 2016 es van unir a la proposta 12 màsters universitaris, alguns d'aquests fins i tot oferien 3 classes diferents on participar.

M.U. en Cooperació al Desenvolupament	M.U. en Tècniques Cronomatogràfiques Aplicades (2)
M.U. English Language Teaching And Acquisition in Multilingual Contexts (2)	M.U. en Investigació i Biotecnologies Agràries (2)
M.U. en Màrqueting i Investigació de Mercats	M.U. en Psicologia del Treball, de les Organitzacions i Recursos Humans
M.U. en Ciència, Tecnologia i Aplicacions dels Materials Ceràmics (2)	M.U. en Psicopedagogia
M.U. en Intervenció i Mediació Familiar	M.U. en Investigació Aplicada en Estudis Feministes, de Gènere i Ciutadania (3)
M.U. en Eficiència Energètica i Sostenibilitat	M.U. en Comunicació Intercultural i Ensenyament de Llengües

Meeting Talk

Grups de conversa amb dues hores de durada en les quals l'alumnat visualitza una projecció i després conversa amb professorat nadiu en un àmbit lúdic i amigable que estimula la conversa i la participació de totes les persones assistents. Els grups estan dividits segons nivells i temàtiques. Durant el 2016 s'han fet 80 hores de conversa, amb la participació de 95 membres de SAUJI.

Upper Intermediate (7)

Intermediate (2)

Advance (1)

Cursos a les seus

Des de la seua creació la SAUJI ha estat present a les seus de manera física (amb fullets i informació a les instal·lacions) i també a través d'activitats formatives i socioculturals que ha ofert. A més a més, els associats i associades tenen les mateixes condicions que l'estudiantat a l'hora de realitzar cursos.

Accés a altres cursos

L'associació manté acords de col·laboració amb altres entitats que permeten oferir als socis i sòcies de SAUJI una àmplia oferta educativa i formativa a preus reduïts. Amb assiduïtat reben informació dels cursos, seminaris i congressos projectats pels diferents departaments i serveis de la Universitat Jaume I, pel Centre de Postgrau i Formació Continuada, per la FUE – Universitat Empresa Jaume I, per la Fundació General de la Universitat Jaume I, per la Xarxa Vives d'Universitats, per EADE-Consulting, pel Col·legi Professional d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació, per la Federació Coordinadora d'Entitats Ciutadanes de Castelló i un llarg etcètera.

- Departaments i serveis de la Universitat Jaume I
- Centre de Postgrau i Formació Continuada
- FUE – Universitat Empresa Jaume I
- Fundació General de la Universitat Jaume I
- Xarxa Vives d'Universitats
- EADE- Consulting
- Col·legi Professional d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació,
- Federació Coordinadora d'Entitats Ciutadanes de Castelló
- etcètera.

6.2. Activitats a l'àmbit artístic, sociocultural i esportiu

El respecte a l'entorn i el foment del consum de cultura i pràctica de l'esport sempre han estat pilars bàsics del dia a dia de l'associació a través d'activitats pròpies.

Aquests trets diferencials han fet que la SAUJI recolze enèrgicament totes les activitats i cursos realitzats pel Servei d'Activitats Socioculturals i el Servei d'Esports de la Universitat.

Activitats socioculturals

- **Jornades de repoblació.** La SAUJI va col·laborar a les jornades de reforestació organitzades els 30 de gener i 6 de febrer per l'Oficina de Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat del Vicerectorat d'Internacionalització, Cooperació i Multilingüisme i el Vicerectorat d'Estudiants, Ocupació i Innovació Educativa dins del Programa de Voluntariat Mediambiental UJI- Voluntària. Com en anteriors ocasions, la reforestació es va fer a les sis poblacions afectades per l'incendi de l'Alcalatén de 2007.

XXV Aniversari de la Universitat Jaume I. L'any 2016 ha estat un any de celebració per la Universitat Jaume I en arribar als 25 anys de vida. Han estat molts els actes que s'han realitzat per a commemorar aquesta data històrica i l'Associació d'Amics i Antics Alumnes de la Universitat Jaume I sempre ha tingut un paper principal. De tots els actes i activitats realitzades per festejar aquest aniversari destaquen:

- *Acte commemoratiu del XXV aniversari*, 26 de febrer. L'acte acadèmic en el qual es van lliurar les distincions al personal jubilat durant l'any 2015, 5 antics treballadors i treballadores que passen a ser automàticament AlumniSAUJI sènior. A més, durant la cerimònia es va atorgar la Medalla de l'UJI al cantautor Raimon, a l'Ajuntament de Castelló de la Plana i a la Diputació Provincial de Castelló.
- *Festa Alumni.* Un dia festiu destinat a tot l'antic alumnat i amics i amigues de l'UJI amb música i activitats al Grau de Castelló, inspirada en aquell concert que es va celebrar a les drassanes del Port de Castelló el 15 d'octubre de 1991 amb motiu de la inauguració del primer curs acadèmic de l'UJI. 16 formacions d'antic alumnat competiren en el Concurs de Bandes i DJ AlumniSAUJI, que es va resoldre amb la victòria de Los Criptozoos en la categoria de bandes i Waweekends en la de DJ. El plat fort del dia va ser l'actuació d'Angel Stanich, Corizonas i del veterà discjòquei Juan de Pablos. Les actuacions es van retransmetre per Radio 3. A més, la festa va ser animada per un espai gastronòmic, un de tendències i un altre per als més menuts de la família. La recaptació íntegra de l'entrada ha permès llançar les primeres beques AlumniSAUJI per alumnat de postgrau de la Universitat Jaume I.

Activitats teatrals i cinematogràfiques. Diversos acords i col·laboracions amb entitats culturals han donat accés preferencial als membres de SAUJI a espectacles teatrals i espais cinematogràfics com ara el Festival Internacional de Cinema de València (Cinema Jove).

Activitats esportives

Els membres de l'associació han participat activament en les propostes esportives proposades al Servei d'Esports de l'UJI amb un total de 1174 inscripcions, un 49% d'aquestes han estat a activitats realitzades íntegrament per l'associació mentre que la resta eren activitats de la Universitat. A més, 87 membres de SAUJI han participat en les competicions universitàries de l'UJI. Enguany la SAUJI ha finançat l'ampliació de grups i horaris en diferents activitats: al primer semestre de l'any s'han ofert grups a les activitats d'aigües, *bodyweight*, GAC, ioga, mètode Pilates, natació, natació per a la salut, *spinning* i pàdel als seus tres nivells. Al segon semestre, les activitats s'ampliaren amb cursos de sol pelvià.

8.3. Activitats a l'àmbit de la inserció laboral i millora professional

Un dels fonaments de la SAUJI se centra en facilitar l'eixida al mercat laboral dels seus acabats de titular i millorar les opcions d'aquells que ja en formen part.

L'estreta col·laboració amb l'Oficina d'Inserció Professional i d'Estades en Pràctiques ha permès que tots els membres de SAUJI tinguin accés als tallers organitzats per aquest servei.

A més la Universitat fica a disposició de tot el seu antic alumnat i membres de la SAUJI la l'agència d'ocupació, una potent eina de recerca d'ocupació qualificada que ajuda i millora la inserció laboral dels nostres membres.

La SAUJI, a través del Programa AlumniSAUJI, és membre del Consell d'Inserció Professional de l'UJI, que presideix la vicerectora d'Estudiants, Ocupació i Innovació Educativa, Pilar García Agustín, que té com a objectiu principal avaluar l'evolució de les pràctiques en empreses, la inserció de graduats i graduades, estimació del futur professional, accions concretes que s'han de desenvolupar per al foment de la inserció entre els titulats i titulades UJI, entre altres tasques.

Així com la col·laboració amb les diferents accions d'orientació professional que de manera periòdica organitza l'Oficina d'Inserció Professional i Estades en Pràctiques (OIPEP) per a, d'aquesta manera, connectar l'estudiantat i els titulats i titulades amb el món laboral.