



Universidad de León

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Facultad de Derecho



Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado
Diplomado en Gestión y Administración Pública

Prof.Dr. Miguel Cervantes Blanco
Prof.Dr. Juan Francisco Escudero Espinosa

Briefing de la campaña de promoción del e-servicio EUR-Lex

Diciembre de 2008

A) Características de los clientes:

1. Empresa

EUR-Lex es uno de los denominados e-servicios puesto a disposición del público en general, vía Internet, a través de la página Web de la Unión Europea. Se trata de un servicio gestionado por la Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, que es la editorial de la Unión Europea. Mediante el mismo se proporciona de forma gratuita con carácter general, y en particular a los profesionales del mundo jurídico, la búsqueda y obtención de los tratados, las normas de derecho derivado y la jurisprudencia de la Unión Europea.

2. Servicios que ofrecen

Se trata de un servicio de información jurídica on-line que se ofrece gratuitamente con acceso a los acuerdos internacionales, normativa comunitaria, jurisprudencia, trabajos preparatorios y preguntas parlamentarias. Además también se pueden consultar el *Diario Oficial de la Unión Europea* y se pueden realizar búsquedas simples y avanzadas.

Se presenta en español y en todos los idiomas oficiales de la Unión Europea. Todos los contenidos se encuentran en el idioma original de la información y también en el resto de las lenguas oficiales en la medida en que han sido traducidos. También ofrecen otros contenidos como un apartado dirigido a los profesionales en el que se incluye el Presupuesto de la Unión Europea, la posibilidad de consultar las bases de datos sobre productos y mercancías, documentos de las Instituciones comunitarias a través de sus Registros, así como otras opciones.

El acceso es gratuito y el visitante tiene la opción de inscribirse como usuario para personalizar sus consultas.

B) Características de la propuesta de promoción:

1.- Objetivos de marketing

1. Incrementar el número de usuarios entre los estudiantes y los Profesores de la Universidad de León pertenecientes a las diversas titulaciones pero, en especial, los vinculados con asignaturas que tengan contenidos jurídicos.
2. Potenciar una imagen positiva de los usuarios actuales
3. Aumentar el número de visitas de los usuarios actuales

2.- Objetivos de comunicación

1. Dar a conocer las características del e-servicio
2. Mejorar los canales actuales, con una comunicación más directa
3. Incrementar el reconocimiento del e-servicio

3.- Públicos objetivos

- Estudiantes en general y, en particular los de Derecho y Gestión y Administración Pública
- Profesores e investigadores
- Miembros del Personal de Administración y Servicios

La AGENCIA se dirigirá en esta acción al primer grupo de los públicos objetivos.

4.- Acciones de comunicación solicitadas y plazos de ejecución

- ✓ Plan de comunicación de marketing directo.
- ✓ Plazo de ejecución: Febrero y marzo de 2009

5.- Presupuesto

2.000 euros (IVA no incluido)