INFORME SEGUIMENTO DO PLAN DE PROMOCIÓN DO CENTRO

2017/2018

R2 DO-0202 P1

Universidade de Vigo

Facultade de Historia

INFORME SEGUEMENTO DO PLAN DO PROMOCIÓN DO CENTRO 2017-2018

O principal obxectivo deste plan é a promoción dos títulos que se imparten no centro cara as matriculacións do vindeiro curso. De todas as actuacións que figuran no Plan de Promoción do centro 2017/2018, un total de seis, tan so unha non poido levarse a cabo. Trátase de unha das dúas accións previstas en relación á promoción do Plan Conxunto, en concreto a vista programada para xuño de 2017 en torno o río Mao. Esta actividade foi ofertada en tempo e forma, pero non se acadou o número de inscricións suficiente para o seu desenvolvemento. A causa a relacionamos coa data fixada, pouco idónea para xuntar estudantado potencial. A pesares desta circunstancia todas as prazas ofertadas foron cubertas e incluso superadas alcanzando un 110% de ocupación.

No obxectivo correspondente a mostrar as instalacións do centro non se executou a actividade prevista das charlas informativas organizadas polo SIOPE, circunstancia que non depende do centro, senón dos servizos centrais da UVigo. De feito tiñamos esta actividade preparada para a súa execución cando se nos informou da súa suspensión.

No obxectivo correspondente á información aos orientadores de secundaria, pese a convocalos a todos eles por mail tanto a final do curso como ao principio, non se obtivo resposta, polo que non se poido desenvolver a actividade de acordo coa planificación prevista no Plan de Promoción. A alternativa para difundir as actividades de promoción do grao en Xeografía e Historia, foi informalas vía mail e aqueles centros interesados, solicitáronas.

No obxectivo de ter unha visibilidade na sociedade, se ben o curso 2017/2018 non se realizou ningún Congreso, si foron abundantes as xornadas, seminarios e outras actividades formativas dirixidas fundamentalmente ao estudantado do centro, pero abertas á sociedade. Estas actividades foron publicitadas a través das redes sociais e páxina web e con cartelería e folletos informativos que levaban o logo do centro.

A maiores nese curso organizáronse, como actividade do centro aberta a sociedade unha saída de estudos-visita cultural con actividades relacionadas co mundo termal, en consonancia coa especialización do Campus Auga.

Como novidade non prevista no Plan de Promoción organizouse a I Olimpíada de Historia para estudantado de 4º da ESO de toda a Comunidade Autónoma de Galicia, logrando a participación de 28 centros que aportan 4 estudantes e un/unha titor/a cada un.

Neste informe incluímos os informes dos resultados das campañas de promoción do Grao en Xeografía e Historia, nas modalidades presencial e semipresencial, realizadas respectivamente polas empresas Xeitura e Nasas, onde se poden comprobar a importante difusión levada a cabo. Precisamente neste título en situación de "plan de viabilidade" por acadar o número mínimo de primeira matrícula fixado polo goberno autonómico, superouse a oferta.

ACTIVIDADE DE DIFUSIÓN DO GRAO DE XEOGRAFÍA E HISTORIA

U.VIGO

Fai HISTORIA con nós

Facultade de Historia

Campus de Ourense
Universidade de Vigo

Xeitura

Ficha técnica: I Xornadas difusión do grao de xeografía e historia nos centros educativos

TITULO	*II Xornadas difusión do Grao de Xeografía e Historia*		
SUBTITULO/ TEMÁTICA	*Difusión das saídas profesionais do grao de xeografía e historia*		
DATAS	De Marzo a Xuño	Segundo disponibilidade do centro (preferiblemente luns)	
HORARIO	60 - 90 min.		
DESTINATARIOS	4º ESO e Bacharelato		
Nº DE PARTICIPANTES	Recomendable non grupos superiores a 30 pax.		
LOCALIZACIÓN	Centros educativos provincia de Ourense.		
DINAMICA (60 min)	Actividade		Tempo aprox.
	Presentación xornadas		10 min
	Dinámica	1 Presentación e pautas da dinámica.	5 min
		2 Execución dinámica:	20 min
		3 Conclusións e valoración	20 min
	Despedida e invitación a seguir en contacto.		5 min
CUSTE	Gratuíto para o centro	Univ. Consultar facturas	
Datos de contacto	Información		
	Reservas e inscripción *(por rigoroso orden de chegada pois hai prazas limitadas)*	E-mail: begogal@xeitura.com Tfno.: 650 05 70 11	
Educadores/ monitores	*Begoña Garrido Labrador, Historiadora.*		

DESCRICIÓN	Xornadas de difusión do Grao de xeografía e historia, do campus de Ourense, polos centros escolares da provincia de Ourense. Nela preténdese dar a coñecer as diferentes saídas profesionais as que poden optar se cursan o grao.	
OBXECTIVOS	Xerais	• Vexan o Grao de Xeografía e Historia como algo atractivo e con futuro laboral.
	Específicos	• Vexan as oportunidades e vantaxes de estudar nun campus pequeno. • Coñezan a diferentes saídas profesionais do grao. • Xere un pensamento critico con respecto o mundo no que viven. • Cren o seu propio coñecemento da historia.
OUTROS VALORES	Sociais	Igualdade, tolerancia, solidaridade, equidade, traballo en equipo, valoración patrimonial e cultural …
	Individuais	Sentido crítico, curiosidade, creatividade, educación vial, esforzo individual …
Webgrafía	• https://www.uvigo.gal/uvigo_es/centros/ourense/facultade-historia/ • Delegación de alumnos → Edificio Facultades. 1º Piso // Tfno.: 988 38 73 05 // E-mail: dafho@uvigo.es. • Campus Universitario As Lagoas s/n 32004 Orense.// Telf. 988387101-988387200 // E-mail Decanato: defho@uvigo.es // E-mail Secretaría Decanato: sdefho@uvigo.es	
	• http://www.qestudio.com/gestor-patrimonio-cultural-6282/ • http://www.educaweb.com/profesion/trabajador-museo-galeria-494/	

1. Exposición

EXPOSICIÓN			
TITULO		**Eu son …. Ti queres ser?**	
Duración aproximada		*Entre 60 e 90 min*	
Localización		Se enviaría a los centros educativos que así lo soliciten.	
OBXECTIVOS		• Coñezan a diferentes saídas profesionais do grao de Historia. • Xere un pensamento critico con respecto o mundo no que viven. • Cren o seu propio coñecemento da historia.	
Deseño	1º	Foto dun antigo alumno e a que se dedica explicándoo.	
	2º	Un obxecto que non existiría se non existira a profesión de… e a persoa o lado explicando que fai.	
Descrición	**Paneis**	**Tema**	
	1	Información xeral	
	2	Xestor cultural // Técnico ou asesor cultural	
	3	Arqueólogo // Conservación, exposición e mercado de obras de arte.	
	4	Documentalista // Humanidades dixitais	

RECURSOS MATERIAIS EXPOSICIÓN – XOGO			
Éu son … ti queres ser?	**Persoa**	**Contacto**	
		E.mail.	**Telf**
Docente ou investigación xeográfica e histórica.	Marta López	martalopez@uvigo.es	646 46 82 07
Documentalista	Víctor Rodríguez	victor_muniz@hotmail.es	637 18 23 36
Técnico Arquivos/ Museo / Biblioteca	Mª Pilar Núñez Sánchez		
Técnico ou Asesor cultural en institucións e empresas	Juan Antonio Seara Ferro		679 82 55 63
Arqueólogo	Eduardo Breogan Nieto Muñiz	ebreogan@gmail.com	629 41 66 63
Xestión do patrimonio histórico, natural , cultural	Begoña Garrido Labrador	bglourense@gmail.com	650 05 70 11

DINÁMICA

Titulo	**QUEN SON? // A QUE ME DEDICO?**				
Obxectivos	Coñecer as diferentes saídas profesionais				
Tempo		**Actividades**		**Tempo Aprox.**	
	1	Presentación e pautas da dinámica.		5 min	
	2	Execución dinámica:		20 min	
	3	Conclusións e valoración		20 min	
Lugar	Aula seleccionada polo centro educativo.		**Tamaño do grupo**	Mínimo	20 pax.
				Máximo.	40 pax.

Material Barallas de cartas.	**1**	Carta das persoas	Persoas que se estean dedicando algunha das profesións seleccionadas.
	2	Cartas da información	Preguntas as que deben contestar os anteriores en 140 caract. 1. O que me ensinou a grao en historia : 2. O que aprendín no grao en historia: 3. Se puidese ter un desexo, sería: 4. Sinto feliz cando: 5. Sinto triste cando: 6. Unha pregunta teño sobre a vida é: 7. Enfádome cando: 8. A fantasía que máis me gustaría ter é: 9. Dáme medo cando: 10. Véxome a min mesmo (a): 11. Algo que fago ben é: 12. Cando era neno(a) gustábame: 13. As tres características que me definen no meu traballo son 14. Tres cousas importantes para o meu traballo son
	3	Cartas da profesión	• Técnico Arquivos/ Museo / Biblioteca • Técnico ou Asesor cultural en institucións e empresas • Arqueólogo • Xestión do patrimonio histórico, natural , cultural en ámbitos institucionais e empresariais • Conservación, exposición e mercado de obras de arte. • Humanidades dixitais
	comodín	Carta dos obxectos.	Que non existiría ou se perdería de non existir a túa profesión:

Desenvolvemento	1	Se explica o xogo e de canto tempo dispoñen
	2	Se entrega a cada grupo as mesmas cartas
	3	Se pon en común as conclusións que chegaron
	4	Se fai valoración o mesmo tempo que se vai presentando as diferentes saídas profesionais do grao de Xeografía e historia.

Begoña Garrido Labrador. E.mail. begogal@xeitura.com teléf.: 650057011

2. STAND DE FEIRA

I xornada de Orientación o 26 xaneiro do 2017 . No pavillón de deportes da Universidade de Vigo acolleu stands informativos sobre varios graos da universidade de Vigo, entre elas foi invitada a participar a Facultade de Xeografía e Historia de Ourense que contou co seu propio stand e realizou a dinámica de "*quen son? // a que me dedico?"*

Noticias relacionadas:

http://www.farodevigo.es/gran-vigo/2017/01/26/millar-bachilleres-gallegos-descubren-uvigo/1611906.html
http://cadenaser.com/emisora/2017/01/26/radio_vigo/1485458092_770443.html

Begoña Garrido Labrador. E.mail. begogal@xeitura.com teléf.: 650057011

3. Reservas charlas e exposición

data	h.	CENTRO	Nome	e.mail	Localid.	nº pax		exposición
DECEMBRO 2016						4º ESO	BACH	
21	9:35 - 10:25	IES CELANOVA	Jacobo Lorenzo	jlnespereira@edu.xunta.es	Celanova	18		
	10:45-11.35					18		
	11:35-12:25						14	
Enero								
27	13:30-14:30	Barco Laura Olmo	José	jose.fernandez@edu.xunta.es	Barco	35	35	
Febrero								
10	10:00 - 11:00	Salesianos	Berta		Ou		36	
13	10:00 - 11:00	IES Ciudade Antioquia	Alberto		Xinzo	28	15	
Marzo								
10	11:30	Ies Ribeiro	Margarita	margaritavazquez@edu.xunta.es	Ribadavia	22		
	12:30						43	
13	13:00-14:00	IES Frei Martín Sarmiento	Cristina	cgonzalez@edu.xunta.es	Pontevedra		30	13 ao 20 marzo
20						30		
21	11:30	IES Escolas Proval	Daniel Mulet	dmulet@edu.xunta.es	Nigrán	42	10	21 marzo ao 3 abril
Abril								
3	15:00	CPR PLURILÍNGüE ABRENTE	José Manuel Valdivia	josicovaldivia@gmail.com	Sanxenxo	30		3 ao 18 abril
6		IES Carballiño nº1			Carballiño	30	20	
7	12:00	I.E.S. A Xunqueira 1	Ana	ana.mgc@edu.xunta.es,	Pontevedra	0	21	15 ao 22 maio
18	16:30	IES Aquis celenis	Eva Moreira Fontán.	moreirafontan@edu.xunta.es	Caldas de rei		53	18 abril ao 3 maio
20	10:20	ES Chamoso- Lamas carballiñ	Ana Ulloa	ulloalage@edu.xunta.es	Carballiño	30		
	12:25						37	
Maio								
3	10:00	IES As Bizocas	Matilde Molina	mmolina@edu.xunta.es	O Grove	36	0	22 ao 29 maio
8	8:30	IES Maria Solina	Camila Vidal	camilavidal@edu.xunta.es	Cangas	57	56	8 maio ao 15 maio
23	11:30	Colegio Josefinas	Alfonso		Ourense	20		
						396	370	
						766		

4. Valoración xeral

A valoración xeral da actividade dos centros nos que ser realizou foi moi positiva. No 2017 decidiuse ampliar a área difusión das saídas profesionais a provincia de Pontevedra, posto que moito do alumnado da Facultade de Xeografía e Historia de Ourense procedía desta zona. A resposta obtida en xeral foi moi satisfactoria por parte dos centros como consta na lista de reservas.

Correo enviado dende un dos centros visitados: IES Escolas Proval (Nigrán) e o IES As Bizocas (O Grove)

Asunto: Agradecemento Facultade de Historia
Fecha: Wed, 28 Jun 2017 11:55:56 +0200
De: DANIEL MULET PEREZ dmulet@edu.xunta.es
Para: Facultade de Historia de Ourense sdefho@uvigo.es
Bo día, Susana
O agradecemento é meu, pola estupenda charla que mantivo Begoña co alumnado, sobre todo de 1º de Bacharelato, co que é imprescindible facer este traballo en contra dos que propagan a especie da inutilidade da Historia, a Xeografía ou as CCSS. Tamén pola vosa exquisita colaboración para traer a instalación nas datas que a Biblioteca deste centro quedaba a disposición do proxecto. Unha vez mais, grazas
Saúdos Daniel Mulet, Departamento de Xeografía e Historia

Asunto: Agradecemento Facultade de Historia
Fecha: Sun, 02 Jul 2017 17:41:39 +0200
De: M MATILDE MOLINA FERRAGUT mmolina@edu.xunta.es
Para: Facultade de Historia de Ourense sdefho@uvigo.es
Moitas grazas!
Esperamos volver a repetir o vindeiro curso, a actividade foi moi interesante e o alumnado a volorou positivamente.
un saúdo. Matilde Molina

Este curso escolar 2016- 17 como novidade se lles pasou a todos os centros unha enquisa de valoración da actividade, tanto a profesores como aos alumnos pero só 5 dos 15 centros visitados no las fixeron chegar son os que constan a continuación.

CENTRO	4º ESO	1º BACH	2ºBACH	OBSERVACIONES	QUE CAMBIARÍAS DA ACTIVIDADE
IES Nº1 O CARBALLIÑO		52		MOI BEN E AMENO/ MOI EMPÁTICO CO NENOS	
COLEXIO SAN JOSÉ	18			DIFERENTE E AMENO	
ES ESOLAS PROVAL-NIGRÁN	36	10	12	FELICIDADES BEGOÑA: UNHA GRAN COMUNICADORA, MANTENDO A ATENCIÓN DO ALUMNADO. SERÍA UNHA GRAN DOCENTE	NADA, SÓ AUMENTARÍA A DURACIÓN DA EXPOSICIÓN O ALUMNADO, SOBRE TODO DE SECUNDARIA, NECESITA MÁIS TEMPO PARA CENTRARSE NA ACTIVIDADE
IES ``AS BIZOCAS´´ - O GROVE	35			O TEMPO FOI MOI XUSTO, TERÍASE QUE AMPLIAR UN POUCO MÁIS O TEMPO DA ACTIVIDADE	
IES MARIA SOLIÑAS		31			
TOTAL ENQUISADOS	89	93	12		

Follas de enquisas Profesor

CENTRO EDUCATIVO:							
Día			Mes		Hora		
Curso/s	4º ESO		Nº alumnos				
	1º Bac.						
	2º Bac.						

ENQUISA	Risca con un X. *1 malo e 5 excelente*				
	1	2	3	4	5
Inclúese información novidosa					
Valoración do power point					
Valoración do xogo					
Capacidade de transmisión da responsable da actividade					
Importancia da presencia do equipo decanal					
VALORACIÓN GLOBAL					
A valoración xeral da actividade é:	1	2	3	4	5
Que cambiarías da actividade?:					
OBSERVACIÓNS:					

Desexa recibir máis información sobre as actividades deste tipo (marque con un X) :	Si	Non

Valoración do profesorado

VALORACIÓN	1	2	3	4	5
INCLUÍSE INFORMACIÓN NOVEDOSA				2	5
VALORACIÓN DO POWER POINT				2	5
VALORACIÓN DO XOGO PLANTEXADO			2		5
CAPACIDADE DE TRANSMISIÓN DA RESPONSABLE DA ACTIVIDADE					6
IMPORTANCIA DA PRESENCIA DO EQUIPO DECANAL			2		
A VALORACIÓN XERAL DA ACTIVIDADE É			1	1	5

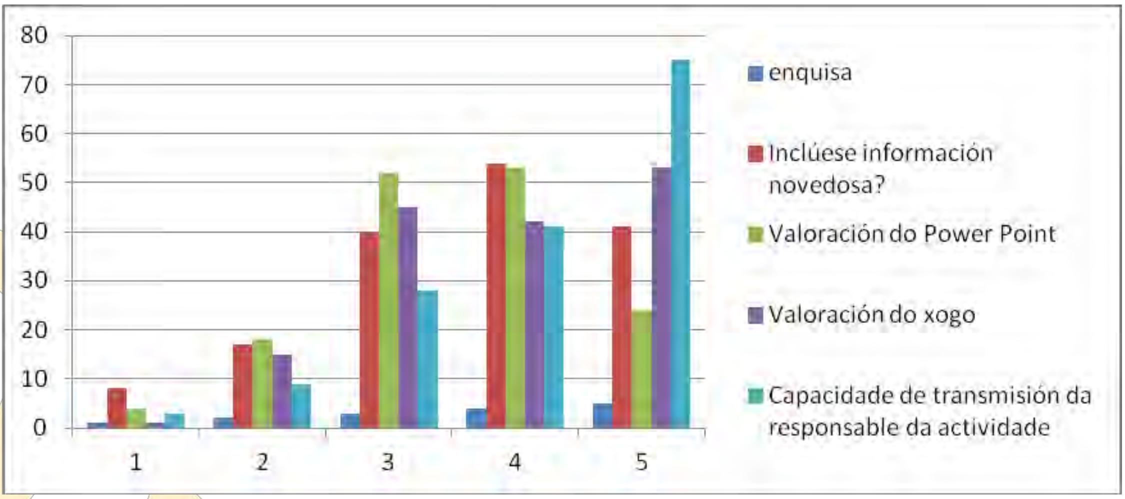
Follas enquisa alumnado

Centro ao que pertences:				Idade:		Home	
						Muller	
Curso/s no que estas? (Marca con un X)	4º ESO			1º Bac.		2º Bac.	

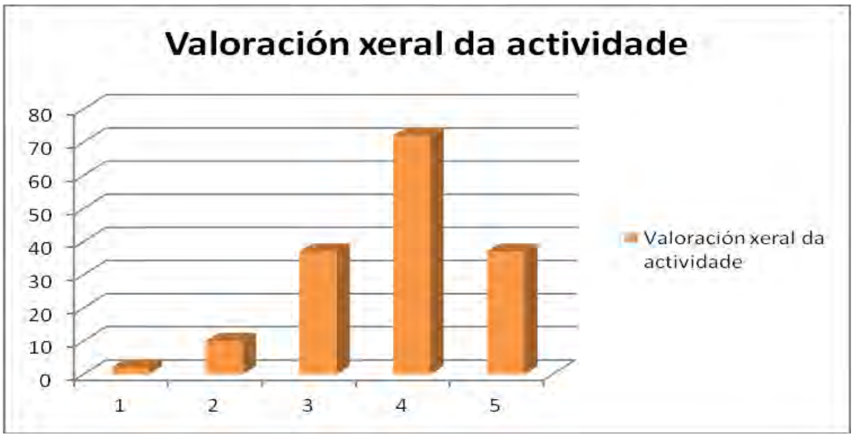
ENQUISA	Risca con un X. *1 malo e 5 excelente*				
	1	2	3	4	5
Inclúese información novedosa					
Valoración do power point					
Valoración do xogo					
Capacidade de transmisión da responsable da actividade					
VALORACIÓN GLOBAL					
A valoración xeral da actividade é:	1	2	3	4	5
Cóntame nun TUIT (140 carácteres) a túa opinión sobre esta actividade? Gustouche, pareceuche interesante, útil, aprendiches algo novo … ou o mellor non che gustou, cóntame para mellorar.					
Cal serían os teus hashtags?					
OBSERVACIÓNS:					

Valoración do Alumnado

ENQUISA	1	2	3	4	5
Inclúese información novedosa?	8	17	40	54	41
Valoración do Power Point	4	18	52	53	24
Valoración do xogo	1	15	45	42	53
Capacidade de transmisión da responsable da actividade	3	9	28	41	75
VALORACIÓN GLOBAL					
Valoración xeral da actividade	2	10	37	72	37



Begoña Garrido Labrador. E.mail. begogal@xeitura.com teléf.: 650057011



5. **PROPOSTAS DE MELLORA.**

- Creación de eventos, feiras ou concursos nos que a facultade e os centros educativos se vinculen.
- Programas conxuntos de investigación ou actividades con centros educativos de diferentes niveis.
- Xornada de portas abertas para alumnos, pais, nai e titores para dar a coñecer as instalacións e as diferentes materias impartidas así como as posibles opcións e saídas profesionais.
- Un análise sobre a empregabilidade dos alumnos licenciados en este Grao.

Begoña Garrido Labrador. E.mail. begogal@xeitura.com teléf.: 650057011

nasas

AGENCIA CREATIVA DE MARKETING ONLINE

INFORME CAMPAÑA

GRADO HISTORIA 2016

Facultade de Historia

Campus de Ourense

Universidade de Vigo

ÍNDICE DEL INFORME

1. Resumen
2. Campaña banners
3. Campaña en Facebook
4. Campaña en Youtube

RESULTADOS CAMPAÑA

Resumen

Resumen de los datos más relevantes de la campaña como impresiones (número de veces vista nuestra campaña), clics a la web, visualizaciones totales del vídeo y personas alcanzadas en Facebook .

IMPRESIONES CAMPAÑA
2016: 2.988.829
2015: 3.803.630

CLICS A LA WEB
2016: 9.431
2015: 9.755

VISUALIZACIONES VÍDEO
2016: 61.478
2015: 35.593

PERSONAS ALCANZADAS FACEBOOK
2016: 137.922
2015: 178.370

Resultados

Se realizó una campaña de banners enfocada a Galicia cuyo objetivo era visibilizar el grado y la propia facultad en medios de comunicación y crear interés y expectación entre nuestro público objetivo.

- Fechas: la campaña comenzó el **25 de abril** y finalizó el **30 de junio**.

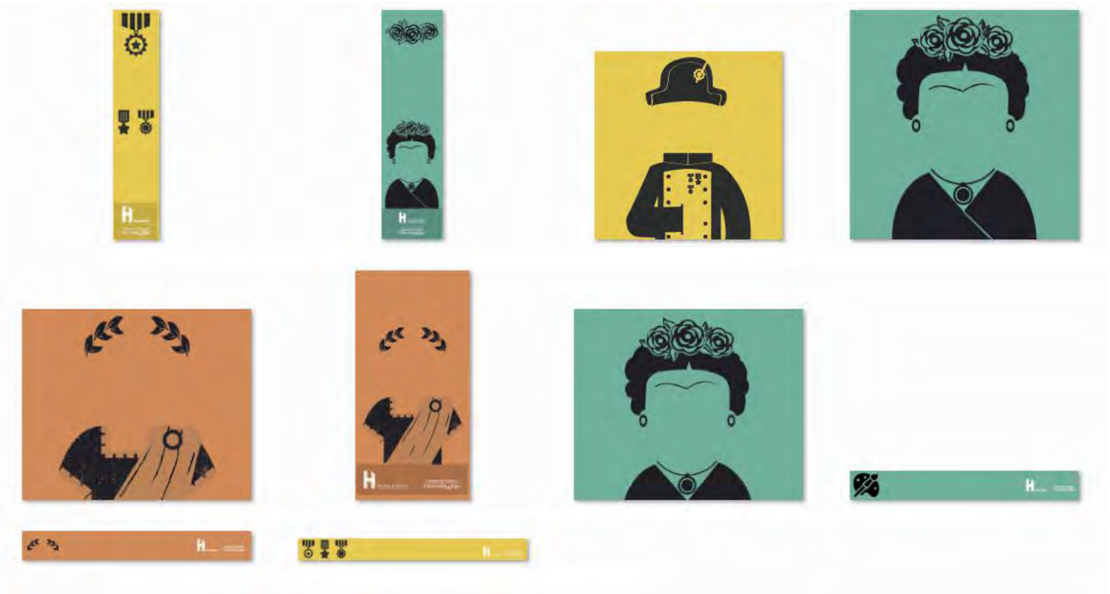
- Localización: la segmentación geográfica se limitó a **Galicia**.

- Ubicación: en cuanto a la ubicación de los anuncios se crearon dos campañas: una segmentada por **intereses** (historia, arte) y otra destinada a **prensa convencional**.

- Anuncios: se diseñaron **diez banners animados** de diferentes tamaños para adaptarnos al máximo de páginas web posible.

RESUMEN TOTAL		
	2015	**2016**
CLICS A LA WEB	5.125	6.343
IMPRESIONES	3.152.633	2.639.646
COSTE POR CLIC	0,20€	0,13€

INVERSIÓN	1.041,59€	842,78€



a) Campaña de intereses

CAMPAÑA INTERESES		
	2015	**2016**
CLICS A LA WEB	3.155	3.760
IMPRESIONES	1.669.007	1.896.849
COSTE POR CLIC	0,16€	0,13€
INVERSIÓN	506,21 €	493,08 €

b) Campaña de prensa

CAMPAÑA PRENSA		
	2015	**2016**
CLICS A LA WEB	1.970	2.583
IMPRESIONES	1.483.626	742.797
COSTE POR CLIC	0,27€	0,14€
INVERSIÓN	535,38 €	349,70 €

Los medios de comunicación en los que se incluyeron nuestros banners fueron: La Voz de Galicia, El Correo Gallego, Diario de Arousa, El Ideal Gallego, Faro de Vigo, El Mundo, La Razón, El País, La Región, ABC, Diario de Pontevedra, La Opinión Coruña o La Razón, entre otros.

MEDIOS DE COMUNICACION	
MEDIO	**IMPRESIONES**
LA VOZ DE GALICIA	690.744
EL IDEAL GALLEGO	12.329
EL PAIS	18.434
DIARIO DE AROUSA	5.712
LA RAZÓN	5.024
EL MUNDO	3.930

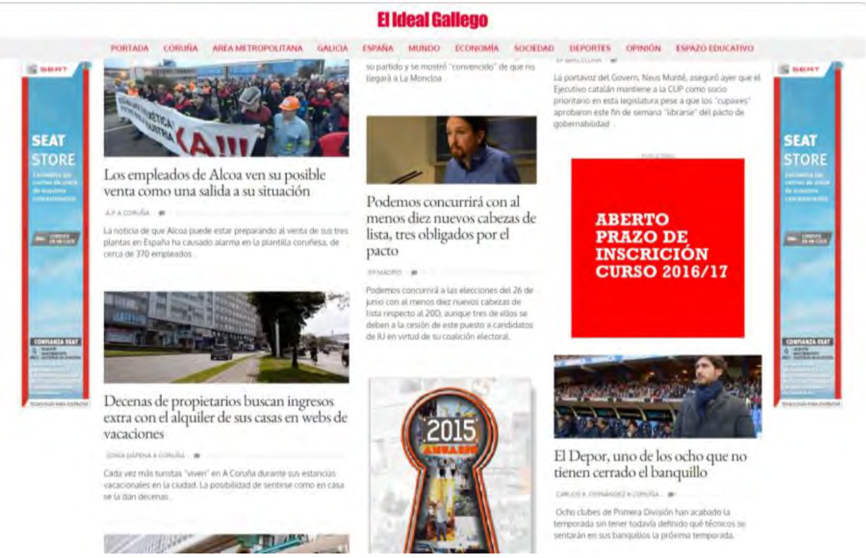
EL CONFIDENCIAL	3.034
El CORREO GALLEGO	1.789
FARO DE VIGO	898
LA REGIÓN	475
ABC	281
LA OPINIÓN CORUÑA	109
EL PROGRESO DE LUGO	12
GALICIAE	11
ATLÁNTICO DIARIO	6
PRAZA	6
DIARIO DE PONTEVEDRA	3

En resumen, se consiguieron un 20% más de clics con un 20% menos de presupuesto, gracias a la experiencia con la campaña de año anterior y los ajustes realizados en la configuración de las campañas.

Además, competimos con otros contenidos de similar público objetivo como la Universidade de A Coruña o la Escuela de Arte y Superior de Diseño Pablo Picasso, entre otros.

Captura de pantalla versión móvil:

Competencia:



clave en la compra de R

RUBÉN SANTAMARTA

Destituye a Fernando Ojeda González-Posada como director general dentro de los cambios en el consejo de administración de la cablera

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

38 graos / 55 mestrados
dobles graos / graos internacionais
docencia en inglés

La joven que arrojó a su bebé por la ventana en O Rosal acepta casi 4 años de cárcel

MÓNICA TORRES

Fiscalía y acusada alcanzaron un acuerdo de conformidad

Aznar ataca otra vez a Rajoy

El expresidente critica que la respuesta de su pupilo a su llamada a controlar el gastro público haya sido una «errada comparación» con la primera legislatura del PP que él presidió

Chupito de ciencia entre cañas

ANA LORENZO

Una cervecería coruñesa acogió las charlas divulgativas del programa «Pint of Science»

VÍDEO

Ponme una cerveza... y una lección

Llega a Galicia el festival donde los científicos no usan bata sino cerveza. Con una pinta nadie se resiste

El rape «más feo del mundo» y otras nueve especies raras del 2015

El mono hallado en España y la planta descubierta por Facebook, entre las escogidas por el Instituto para la Exploración de Especies

Una morsa ahoga a un hombre que se tomó selfis con ella en China

También mató a un cuidador del zoo. Desde el parque afirman que la morsa sólo quería «jugar» con ambos hombres y darles un «abrazo»

SALUD

Melanoma
Epidermis
Dermis

Las cinco pistas que te alertan de un posible melanoma

IAGO GARCÍA / JORGE GARCÍA

Para estar pendiente de los melanomas hay una regla muy eficaz: la ABCDE. Te la explicamos

Atención runner: el yoga es para ti

visite nuestra web

LONAS PARA CAMIÓN

EDICIONES

- A Coruña
- A Mariña
- Arousa
- Barbanza
- Carballo
- Deza
- Ferrol
- Lemos
- Lugo
- Ourense
- Pontevedra
- Santiago
- Vigo

idealista

Comprar
Viviendas
A Coruña

Resultados

En la red social Facebook se realizó una campaña análoga cuyo objetivo era alcanzar a usuarios cuyos gustos e intereses encajaran entre nuestro público objetivo.

- Fechas: la campaña comenzó el **6 de mayo** y finalizó el **28 de junio**.

- Localización: la segmentación geográfica se limitó a **Galicia**.

- Ubicación: en cuanto a la ubicación de los anuncios estos se publicaron en la sección de noticias del ordenador y móvil, columna derecha del ordenador y en la red de públicos. La segmentación de los gustos de los usuarios fue por **intereses** (historia, arte, museos, antropología).

- Anuncios: se llevó a cabo la implementación de un nuevo tipo de anuncio de Facebook de potenciales clientes, con un formulario de contacto.

RESUMEN TOTAL		
	2015	**2016**
CLICS	4.630	3.088

PERSONAS ALCANZADAS	178.370	137.922
VISUALIZACIONES DEL VÍDEO	12.971	41.247
IMPRESIONES	590.443	305.100
FORMULARIOS	-	176
INVERSIÓN	533,92€	900,39€

a) Campaña de clics a la web / formulario

CAMPAÑA INTERESES		
	2015	**2016**
CLICS	4.630	3.088
PERSONAS ALCANZADAS	150.803	64.799
IMPRESIONES	538.183	144.266
FORMULARIOS	-	176
INVERSIÓN	450€	650€

Como ya comentamos, se llevó a cabo la implementación de un nuevo tipo de anuncio de Facebook de potenciales clientes, con un formulario de contacto, con éxito, al captar **176 peticiones de más información**.

b) Campaña de vídeo

CAMPAÑA VÍDEO		
	2015	**2016**
REPRODUCCIONES	12.971	41.247
PERSONAS ALCANZADAS	27.567	73.123
IMPRESIONES	52.260	160.834
INVERSIÓN	83,92€	250€

Facultade de Historia de Ourense
Publicidad
Me gusta esta página
Sempre quixeches facer historia? Tes a túa oportunidade. Grao semipresencial en Xeografía e Historia. Infórmate aquí!
Gustariache deixar
Solicita información sobre o Grao semipresencial en Xeografía e Historia!
HTTP://HISTORIA.WEBS.UVIGO.ES/
Enviar solicitud
312 reacciones 7 comentarios
Me gusta
Comentar

Resultados

El vídeo de promoción del grado ha sido un gran activo durante la campaña, por lo que se destinó una parte de la inversión a promocionar su vídeo en Youtube.

- Fechas: la campaña comenzó el **4 de mayo** y finalizó el **30 de junio**.

- Localización: la segmentación geográfica se limitó a **Galicia**.

RESUMEN TOTAL		
	2015	**2016**
VISUALIZACIONES	22.622	20.231

PROMOCIONADAS		
IMPRESIONES	60.554	44.083
INVERSIÓN	226,22€	250,44€

¡MUCHAS GRACIAS!

Si tienes alguna duda puedes contactar con nosotros.