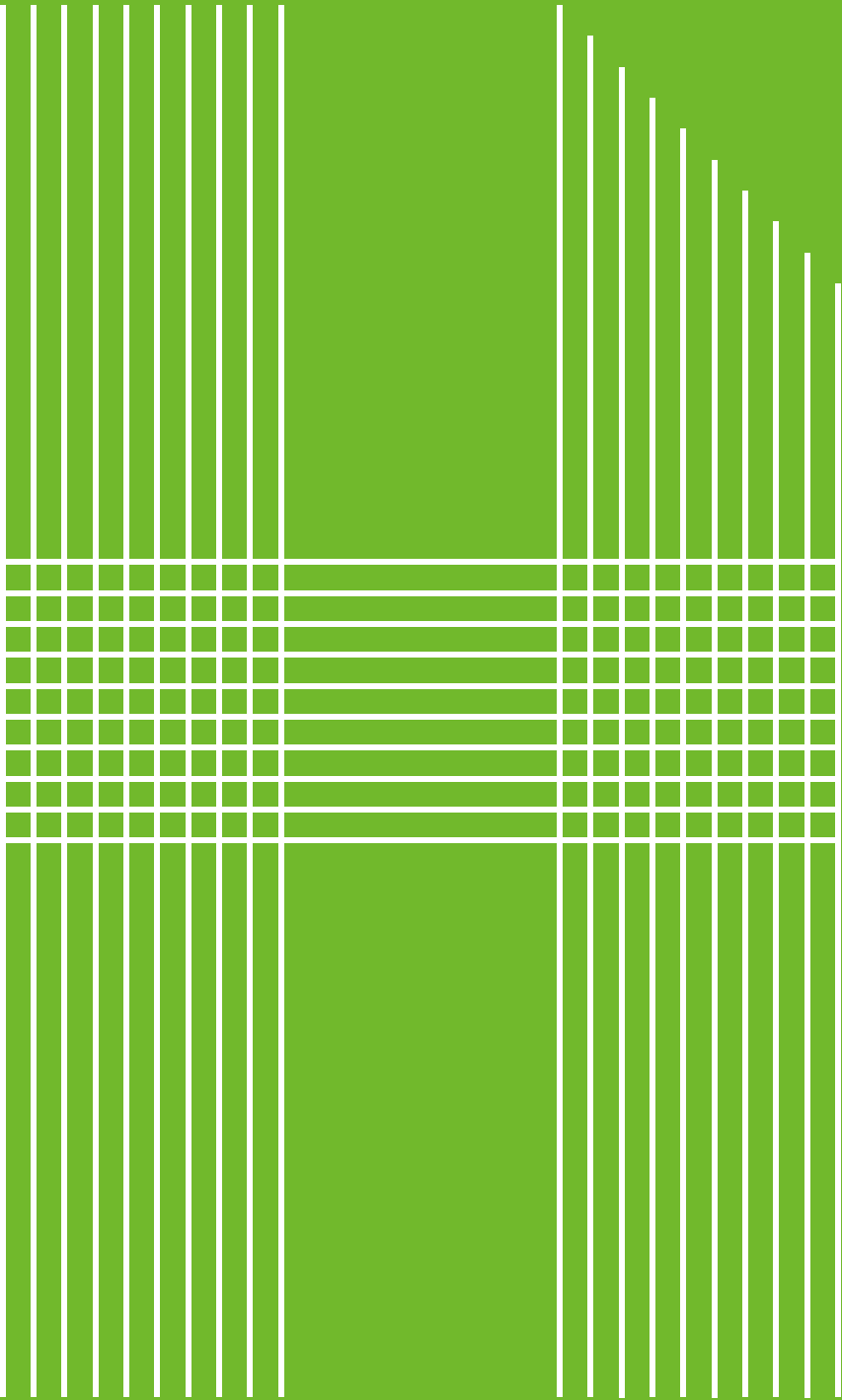


INFORME DE SEGUIMIENTO DO PLAN DE PROMOCIÓN DO CENTRO

Curso 2023/2024

R2 DO-0202 P1



INFORME DE SEGUIMIENTO DO PLAN DO PROMOCIÓN DA FACULTADE DE HISTORIA 2023-2024

No seguinte informe analízanse os resultados procedentes das diversas liñas de actuación desenvolvidas no marco do Plan de Promoción da Facultade de Historia aplicado no curso 2023/2024, que é público e se pode consultar no seguinte enlace: https://historia.uvigo.es/images/docs/calidad/registros/R1_DO-0202_P1_2023-24.pdf. Segundo figura no referido documento, son tres as grandes liñas de actuación a través das cales se artellan as diferentes propostas que foron levadas a cabo no dito curso 2023/2024:

i. En primeiro lugar, no que atinxe ao obxectivo denominado **Proporcionar información e orientación ao posible alumnado de novo ingreso nas titulacións que se imparten no Centro**, tendo en conta as diferentes accións propostas para as titulacións de grao e post-grao que se imparten na nosa Facultade, podemos concluír que:

1. Tanto no Grao en Xeografía e Historia como no PCEO en Turismo e Xeografía e Historia (neste segundo, exclusivamente en relación coa parte que atinxe ao noso Centro) cúmplíronse de xeito satisfactorio as accións previstas:

1.a. A información referida ás ditas titulacións actualizouse de xeito continuado na web do Centro (<http://historia.uvigo.es/gl/estudiantes/futuro-estudantado>) e a través das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Tik-Tok, coa conseguinte potenciación destas dúas últimas), nas cales, de acordo coa dinámica desenvolvida en cursos precedentes, se informou puntualmente daqueles aspectos máis salientables das mesmas. De novo, continuouse contando cos servizos da empresa Nasas para unha promoción máis óptima da modalidade semipresencial, a cuxo cargo estivo o deseñou dunha nova campaña de captación de alumnado atractiva e axeitada ao perfil da nosa titulación. No Anexo I do presente informe recóllese o informe emitido por dita empresa, no que se dá conta das accións desenvolvidas por esta.

1.b. En relación coas visitas aos Centros de Ensino Secundario, as cales acostuman a ter como obxectivo principal os das provincias de Ourense e Pontevedra, realizáronse regularmente continuando coa dinámica do curso precedente de total normalidade, estando a cargo das mesmas a empresa Xeitura e do decanato. Fronte á campaña de captación de alumnado de primeira matrícula para 2022/2023 desenvolvida en 2021/2022, na que foron visitados cinco centros na provincia de Ourense, dous máis en Pontevedra e se ampliou esta liña de actuación a outro máis da área meridional de Lugo, logo de constatar que nos últimos cursos tamén se ven tratando dunha zona da nosa Comunidade Autónoma con presenza regular entre o noso estudantado, permitindo dar a coñecer as nosas titulacións a 313 alumnos/as de 3.º e 4.º da ESO e de 1.º de Bacharelato; na campaña levada a cabo en 2022/2023 para a captación de alumnado de primeira matrícula en 2023/2024 se produciu un descenso do número de centros escolares que solicitaron unha visita

para recibir información sobre as titulacións da nosa Facultade. De oito pasouse a seis, que realmente foron cinco se descontamos as xornadas conxuntas que se realizaron no Campus de Ourense coas outras facultades aquí asentadas. Porén, o nivel acadado pola difusión foi visiblemente maior que no curso anterior, posto que cun número menor de centros visitados chegouse a un número case que idéntico de alumnado (exactamente 318), de tres IES localizados na provincia de Ourense (dous deles na capital), un máis en Lugo e outro en A Coruña. Asemade, dende o decanato, e en coordinación cos restantes decanos e decanas do Campus de Ourense en cuxos centros se imparten titulación do ámbito Humanístico e de Ciencias Sociais e Xurídicas, desenvolveuse unha acción específica de captación no IES As Lagoas entre alumnado deses ámbitos o 13 de marzo de 2024.

Finalmente, xa en período de prematrícula, o decanato tamén participou na Xornada de Portas Abertas virtuais o 29 de xuño de 2024.

1.c. Pola súa banda, no marco dos proxectos “Conecta” e/ou “Tendendo pontes” organizáronse dúas actividades encamiñadas a suscitar o interese pola Xeografía e Historia entre o estudantado da ESO. Estas foron levadas a cabo por parte do profesorado do Centro pertencente á Área de Historia Antiga, que acudiron a Centros de Ensino Secundario da cidade de Ourense a expor algúns contidos referidos á súa especialidade, e invitaron a ese mesmo alumnado a presentar na nosa facultade os seus traballos elaborados no contexto da materia Cultura Clásica (16/04/2024); como tamén a actividade sobre a escrita no Mundo Antigo para alumnado de Primaria e ESO desenvolvida conxuntamente co profesorado de Educación e Traballo Social (24/05/2024).

(Véxanse os links das noticias relativas a ambas as dúas actividades publicadas no DUVI en

<https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/alumnado-eso-expon-os-seus-traballos-cultura-clasica-facultade-historia>

<https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/proxecto-interdisciplinar-achega-aos-centros-educativos-ensino-escrita-mundo-antigo>)

1.d. Tamén se logrou de xeito regular a “Participación en Feiras Educativas e Xornadas de Portas Abertas”, contando tamén aquí cos servizos da empresa Xeitura. A Facultade de Historia estivo representada co seu expositor (n.º 32) na feira educativa Edugal que se celebrou en Pontevedra os días 4, 5 e 6 de outubro de 2023, coa novidade de que, a diferenza de edicións pasadas, o novo lugar de emprazamento do seu punto de información na área de Arte de Humanidades facilitou unha mellor acollida por parte dos escolares visitantes.

2. No Mestrado en Valoración, Xestión e Protección do Patrimonio Cultural, tamén se procedeu a actualizar dun xeito permanente a súa web baixo a supervisión da persoa coordinadora desta titulación de post-grao.

3. E ao respecto do Mestrado interuniversitario en Arqueoloxía e Ciencias da Antigüidade, cuxa coordinación corresponde á USC, se volveron organizar conferencias de apoio que foron impartidas por especialistas recoñecidos, tanto a comezos como mediados do curso académico, encamiñadas a facilitar a difusión e promoción desta outra titulación de máster.

ii. En segundo termo, en relación co obxectivo de **Mostrar ao posible futuro alumnado do grao e do PCEO as actividades e instalacións do Centro**, as accións desenvolvéronse en coordinación co Vicerreitorado de Captación e o Vicerreitorado do Campus de Ourense e concretáronse en dúas xornadas. As primeiras celebráronse o día 16/01/2024 no marco da xornada de portas abertas, e as segundas os días 19 e 20/03/2024 coincidindo coa conmemoración nesa mesma semana do Día Mundial da Auga, e a celebración do 50 aniversario do campus auriense. Estas actividades facilitaron o achegamento ao campus de arredor de 400 e 800 estudantes preuniversitarios, respectivamente, procedentes de diversos Centros de Ensino Secundario das provincias de Ourense e Lugo. Para aqueles/as interesados/as nas titulacións do noso Centro deseñouse un itinerario específico dentro do itinerario do ámbito xurídico-social, humanidades e artes, no que participou o decanato e o profesorado do Centro e se facilitou a toma de contacto con laboratorios, aulas de formación, etc. Os resultados destas actividades foron moi satisfactorios e a alta participación do estudiantado preuniversitario contribuíu a unha boa promoción da nosa facultade.

(Véxanse os links das noticias relativas a ambas as dúas actividades publicadas no DUVI en <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/campus-ourense-abre-suas-portas-400-estudiantes-preuniversitarios> <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/campus-ourense-amosa-seu-potencial-academico-investigador-arredor-800-estudiantes-preuniversitarios>)

iii. En terceiro lugar, o obxectivo de **Ter unha maior visibilidade na sociedade** tamén se cumpriu co desenvolvemento das actividades a este asociadas. Os resultados acadados relaciónanse coas seguintes tres liñas de actuación:

1.a. A visibilización da Facultade a través das redes sociais recaeu un curso máis na secretaría do decanato, no bolseiro de colaboración co Centro e na empresa Nasas. Os datos procedentes do informe, elaborado pola referida empresa, permiten achegarnos ao interese do potencial alumnado do noso Centro nas redes sociais empregadas na súa promoción. Os mellores resultados obtivéronse en TikTok (2.320 clics), onde se superaron os datos do curso pasado; podéndose trasladar estes bos resultados tamén a Youtube Shorts (1.246 clics), que substituíu a Youtube logo da caída detectada o curso precedente. A visibilización da nosa Facultade a través das outras redes sociais ofrece uns resultados máis modestos, pero en xeral se melloran os do curso pasado. Así, aínda que en IG Stories (249 clics) se observa un descenso logo da súa incorporación xusto o curso pasado, producíronse aumentos en Instagram (160 clics) e Spotify (381 clics). Ademais, a Facultade tamén se incorporou a Facebook (120 clics).

1.b. Á súa vez, as actividades académicas complementarias organizadas polo profesorado para o seu desenvolvemento como parte do programa formativo das titulacións, que inclúen xornadas, seminarios, conferencias e saídas de estudos, foron levadas a cabo durante todo o curso académico sendo debidamente publicitadas na web da Facultade e no DUVI.

(Véxanse o link da noticia relativa a unha destas actividades publicada no DUVI en <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/historia-acolle-seminario-vulnerabilidade-relacions-maternofiliais-mundo-antigo>)

1.c. E en relación coa actividade que o Centro organiza todos os cursos, tamén neste 2023/2024 se continuou co desdoubramento das xornadas científicas. Tal como se comprobou, esta iniciativa permite ampliar a actividade a ambos os dous cuatrimestres, contribuíndo así a unha maior visibilización.

(Véxanse os links das noticias relativas a esta actividade publicadas no DUVI en

<https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/preocupacion-morte-centra-xornadas-facultade-historia>

<https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/xornadas-acheganse-ao-papel-mulleres-diferentes-momentos-historicos>)

Os resultados deste plan de promoción en cifras de nova matrícula concretáronse do seguinte xeito no curso 2023/2024:

- Grao en Xeografía e Historia. Sobre unha oferta de 40 prazas, matriculáronse 51 estudantes.
- PCEO en Turismo e Xeografía e Historia. Sobre unha oferta de 10 prazas, matriculáronse 7 estudantes, correspondéndolle ao noso Centro 3,5.
- Mestrado en Valoración, Xestión e Protección do Patrimonio Cultural. Sobre unha oferta de 20 prazas, matriculáronse 18 estudantes.
- Mestrado interuniversitario en Arqueoloxía e Ciencias da Antigüidade. Sobre unha oferta de 8 que lle corresponden á UVigo, matriculouse 1 estudante.

Como se pode comprobar, na primeira titulación volveuse a producir un novo lixeiro aumento no número de estudantes matriculados/as en relación co curso 2022/2023, mentres que no PCEO, por terceiro curso consecutivo, as súas cifras se situaron por debaixo do número de prazas ofertadas. Así mesmo, o Mestrado en Valoración, Xestión e Protección do Patrimonio Cultural mantense nun nivel parello ao do curso pasado, se ben cun leve descenso; e o Mestrado interuniversitario acadou un único estudante matriculado fronte á matrícula inexistente do curso anterior. Polo tanto, podemos concluír que, en termos xerais, as canles de difusión e actividades incluídas no plan de promoción contribuíron a unha difusión axeitada das titulacións que se imparten no noso Centro, se ben, atendendo aos resultados da primeira matrícula, só se traduciron nuns moi bos datos no Grao en Xeografía e Historia.

Como anexos a este documento inclúense os seguintes informes dos resultados da difusión:

Anexo I. Empresa Nasas (ano 2023)

Anexo II. Empresa Xeitura (ano 2023)

CREATIVE CONTENT GOOD REPUTATION

FACULTADE HISTORIA, ARTE E
XEOGRAFÍA. CAMPUS OURENSE.
UNIVERSIDADE DE VIGO

CAMPAÑA MEDIOS DIXITAIS 2023

CAMPAÑA 2023

Seguindo e mantendo o enfoque da exitosa campaña “Fai Historia con nós” que se vén desenvolvendo nos últimos anos, este ano optamos por facer novos cambios, tanto nas creatividadeas como no plan promocional:

1. Os personaxes históricos sobre os que se centra a campaña nesta edición son: **Cleopatra, Marie Curie e Neil Armstrong**. Todos contan cunha actualización da súa imaxe, con estilo collage.
2. **Planificación en tres fases:** abril, maio e xuño, con accións e contidos adaptados a cada momento.
3. Este ano apostaremos polos **formatos verticais**, os máis consumidos hoxe en día, incluíndo como novidade IG Reels, Youtube Shorts e afianzando TikTok logo dos bos resultados da campaña de 2022.

1ª FASE. ABRIL

No mes de abril realízase unha primeira acción tanto en medios propios, con contidos en Facebook, Twitter e Instagram, como en medios de pago, con campañas en diferentes plataformas dixitais.

Contidos orgánicos:



1ª FASE. ABRIL

Parte destes contidos orgánicos promociónanse mediante paid social.

A campaña en Ig Stories, debido aos altos custos que amosaba a plataforma, detense e rediríxese o investimento á campaña en Ig Reels.

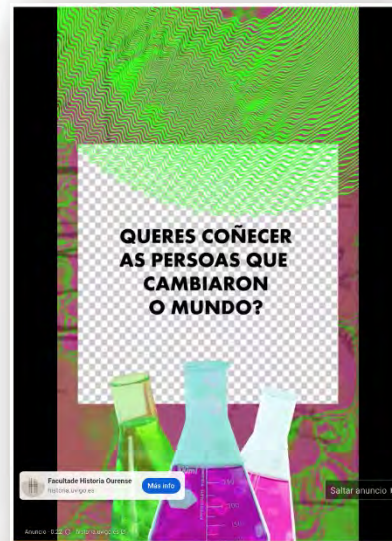
	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	ALCANCE	CLICS NA LIGAZÓN	CTR
Facebook	19-30	250€	463.729	329.728	41	0,01%
IG Reels	19-30	212,36€	294.834	220.673	64	0,02%
Ig Stories*	19-26*	37,64 €	4423	4.002	4	0,09%

1ª FASE. ABRIL

Realízase campaña en Youtube Shorts.

Segmentouse a persoas de Galicia que visualizan vídeos relacionados con historia, arte e deseño, xeografía, educación a distancia...

	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	VISUALIZ ACIÓNS	CLICS NA LIGAZÓN	CPC
Youtube Shorts	18-30	150€	48.390	28.602	381	0,39€



1ª FASE. ABRIL

Tamén se realiza campaña promocional en Spotify.

Segmentouse a campaña a persoas de Galicia interesadas en historia, educación, estudo...

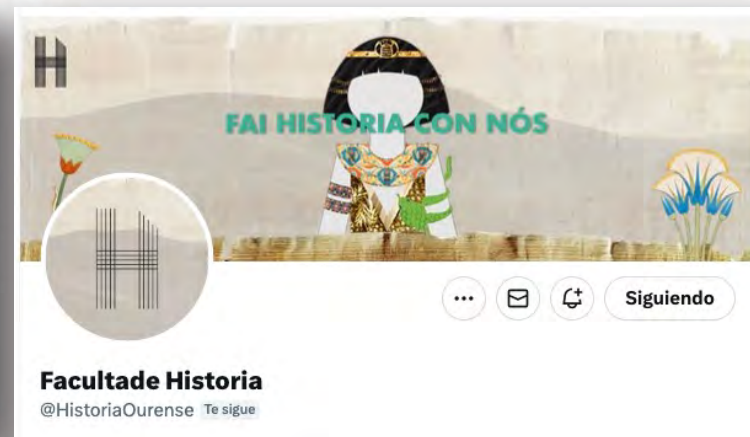
	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	ALCANCE	CLICS NA LIGAZÓN	CTR
Spotify	19-30	300€	200.364	56.127	164	0,08 %



2ª FASE. XUÑO

Finalmente, o feito de que non se consiga a confirmación das datas de solicitude anticipada e ordinaria de matrícula ata avanzado o mes de xuño, provoca que as dúas fases previstas inicialmente para o mes de maio e xuño se concentren nunha única fase, entre o 14 e o 30 de xuño.

Adáptanse as portadas e imaxes de perfil de todas as contas da Fac. de Historia.



2ª FASE. XUÑO

Tamén se facilitan materiais para actualizar a imaxe da web, así como os folletos actualizados coa información deste ano, tanto en formato dixital como para impresión.



Grado semipresencial en Geografía e Historia

La modalidad semipresencial es una forma de hacer tu carrera a distancia. Con la ayuda de materiales online y la obligación de realizar tutorías (presenciales o virtuales) previamente concertadas con la persona responsable de la asignatura, así como la asistencia a las pruebas de evaluación, podrás cursar tus estudios en Geografía e Historia sin tener que asistir todos los días de forma presencial a clase.

- ✓ Posibilidad de asistir a las clases presenciales.
- ✓ Contacto directo con el profesorado responsable de la materia.
- ✓ Posibilidad de evaluación continua.
- ✓ Posibilidad de contacto con el estudiantado presencial y con la Delegación de Estudiantes de la Facultad de Historia.
- ✓ Atención personalizada.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

2ª FASE. XUÑO

Publícanse diferentes contidos orgánicos ao longo das semanas nas que a campaña está activa, entre o 14 e o 30 de xuño.



2ª FASE. XUÑO

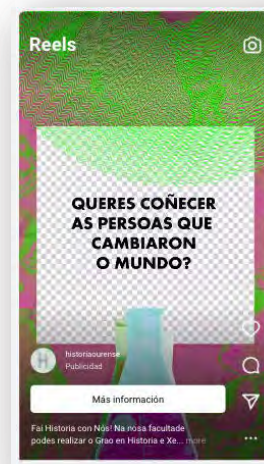
Redáctase nota de prensa sobre a campaña para envío o día 14 de xuño a medios e prepárase imaxe para acompañala.



2ª FASE. XUÑO

Realízanse as seguintes campañas en redes sociais.

	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	ALCANCE	CLICS NA LIGAZÓN	CTR
Facebook	14-30	250€	433.062	222.263	79	0,30%
Instagram Reels	14-30	550€	551.395	361.148	96	0,08%
Ig Stories	14--30	300€	348.384	226.674	245	0,11%



2ª FASE. XUÑO

Tamén se realiza campaña promocional en Spotify.

Segmentouse a campaña a persoas de Galicia interesadas en historia, educación, estudo...

	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	ALCANCE	CLICS NA LIGAZÓN	CTR
Spotify	14-30	600€	212.178	61.521	217	0,10 %

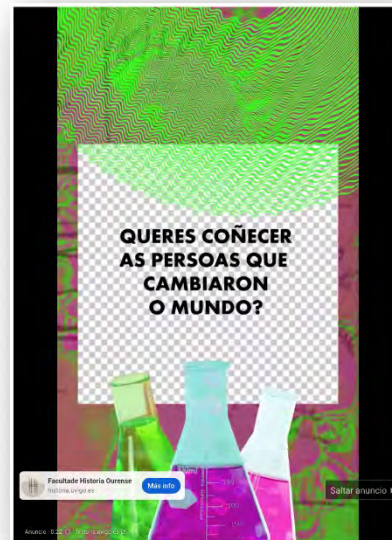


2ª FASE. XUÑO

Realízase campaña en Youtube Shorts.

Segmentouse a persoas de Galicia que visualizan vídeos relacionados con historia, arte e deseño, xeografía, educación a distancia...

	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	VISUALIZACIÓNS	CLICS NA LIGAZÓN	CPC
Youtube Shorts	14-30	550€	235.078	69.075	865	0,64€

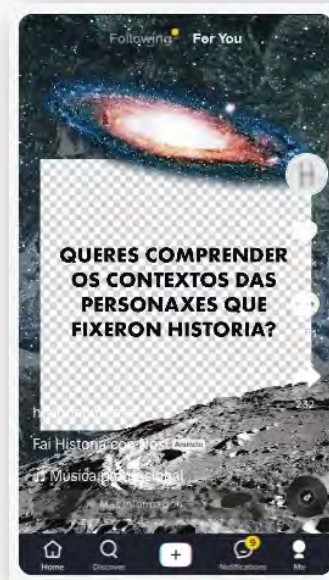


2ª FASE. XUÑO

Realízase campaña en TikTok.

Segmentouse a persoas de Galicia que visualizan vídeos relacionados con historia, arte, educación, universidades...

	DATAS	INVESTIMENTO	IMPRESIÓNS	ALCANCE	CLICS NA LIGAZÓN	CPC
TikTok	14-30	800€	1.225.209	343.456	2.320	0,34€



INFORME

DIFUSIÓN GRADO XEOGRAFÍA E HISTORIA CURSO 22 - 2023



BEGOÑA GARRIDO

Mediadora Cultural

Coordinadora área de difusión e didáctica de



Contacto:

begogal@xeitura.com

INFORME

DIFUSIÓN GRADO XEOGRAFÍA E HISTORIA ANO 2023

INTRODUCCIÓN

Dende o curso escolar 2015-16 vense ofertando aos centros escolar da provincia de Ourense e Pontevedra unha charla/obradoiro para dar a coñecer, non só a facultade de Xeografía e Historia se non tamén as diferentes saídas profesionais as que este grado os capacita.

No curso 22- 23 realizáronse un total de 6 visitas a centros escolares e se participou en dúas xornadas de difusión conxunta con outras facultades do campus.

- Total de alumnado dos centros escolares - 318 persoas
- Total alumnado actividades conxuntas - 200 persoas aprox.



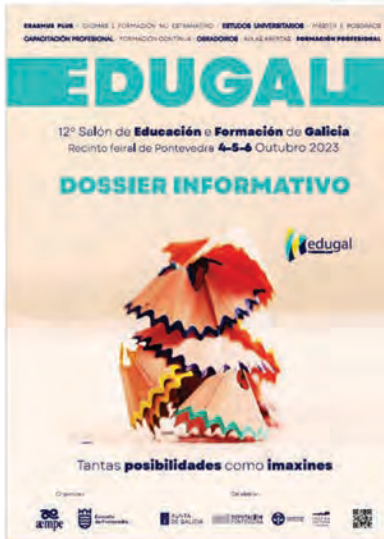
CENTROS VISITADOS

- 6 visitas a centros escolares.
 - 24/02/2023 - Xornadas conxuntas con outras facultades IES AS LAGOAS
 - 3 / 3/2023 - IES Xoán Montes
 - 10/05/2023- IES AMES
 - 14/04/2023- IES Xesús Taboada Chivite
 - 13/04/2023- Xornadas conxuntas con outras facultades no Campus de Ourense.
 - 27 e 28/4/2023 - IES O Couto



INFORME

DIFUSIÓN GRADO GEOGRAFÍA E HISTORIA
ANO 2023



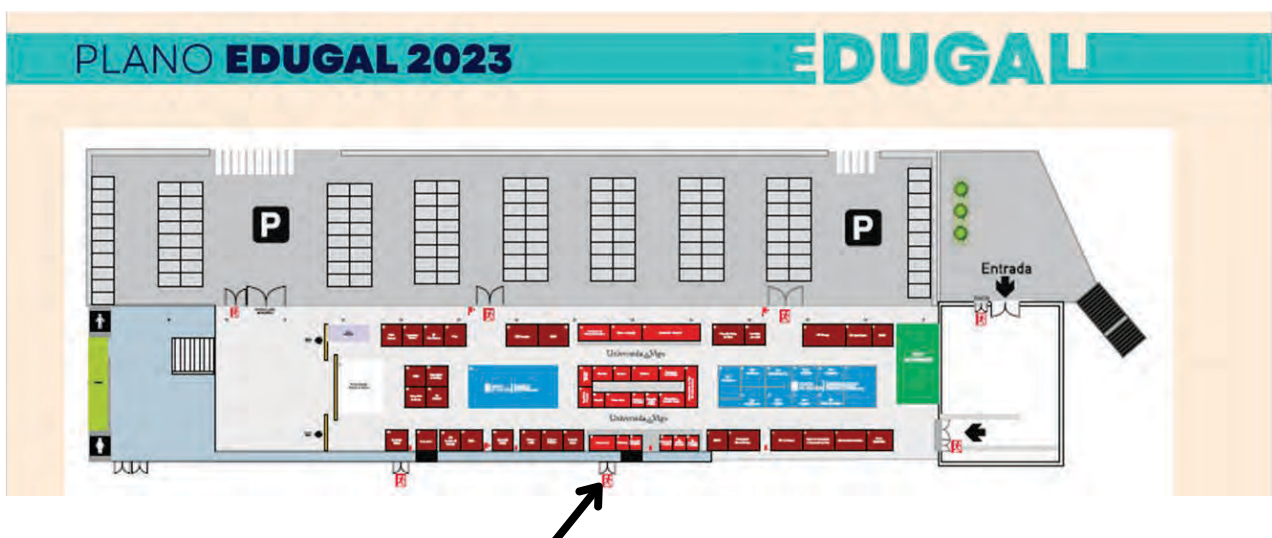
No ano 2023 asistíuse ao EDUGAL, feira que permíten ter contacto directo, non só estudantes se non tamén con profesorado, orientadores ou mesmo nais , pais ou titores legais .

Isto axuda a aumentar máis a posibilidade de informar sobre as saídas profesionais do grado de historia así como das actividades dirixidas aos centros educativos que a facultade oferta.

Nesta feira contábase cun punto de información ocupando o expositor nº 32.
FACULTADE DE HISTORIA

A diferenza do ano 2022 que o mal posicionamento, pois a distribución dos mesmo se fixo por facultades non por disciplinas a fins, non favorecía o achegamento ao público correcto.

Nesta nova edición foron tomadas en conta a demanda de un novo posicionamento. Polo que o stand foi colocado na área de arte e humanidades o que tivo como resultado unha mellor acollida e achegamento aos escolares que se achegaban.



INFORME

DIFUSIÓN GRADO XEOGRAFÍA E HISTORIA
CURSO ESCOLAR 2022-23



Una nueva edición de Edugal –y van 12– con la colaboración del Consello Social

Del cuatro al seis de octubre en el recinto ferial de Pontevedra. Este es el año que más facultades y escolas tienen puesto en el evento

Consello Social da Universidade de Vigo / Oct 9

INFORME

DIFUSIÓN GRADO GEOGRAFÍA E HISTORIA
CURSO ESCOLAR 2022-23



¿No sabes qué estudiar? Edugal te acerca una amplia oferta en Pontevedra

El conselleiro Román Rodríguez subraya la «aposta estratéxica» por la FP en Galicia en la inauguración del salón de educación y formación.



Arranca Edugal en el Recinto Feiral de Pontevedra

El Salón de la oferta de educación y formación de Galicia tiene como objetivo señalar oportunidades de

Valoración/ recomendacións:

- Continuar asistindo a este tipo de eventos. Fortalecer a imaxe e identidade da Facultade . Cando se participa dentro dunha feira ou exposición é un gran escaparate e isto axuda a posicionar máis a presenza da imaxe corporativa e da oferta educativa da facultade.
- Puntos negativos.
 - Escasas visitas en horario de tarde.