

MEMORIA FINAL

Compromisos y Resultados

Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente

2014/2015

Código: sol-201400047891-tra

Título del proyecto
Creación y gestión de una comunidad social online en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados

Responsable		
Apellidos	Nombre	NIF
Sánchez Jiménez	Miguel Ángel	75747188T

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto¹. Copie en las dos primeras filas de cada tabla el título del objetivo y la descripción que incluyó en el apartado 2 de dicha solicitud e incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	Conseguir seguidores para que pertenezcan a la comunidad
Descripción:	Crear en las redes sociales seleccionadas, en este caso Facebook, un perfil corporativo en la que se puedan unir los usuarios interesados y dónde puedan ver la información pertinente. El principal público al cuál se le comunicará será al alumnado del Grado de Marketing e Investigación de Mercados, a través del correo institucional de la UCA, el campus virtual y las diferentes que yo tenga con ellos como coordinador del Grado.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>Para conseguir que gran parte del alumnado del Grado se uniera a esta nueva red social se les comentó la existencia y se les instó a que formaran parte de ella dándole a “Me gusta” dentro de la propia página del Grado en Facebook. Esta comunicación se llevó a cabo de tres formas:</p> <p>1º A través del correo institucional de la Universidad de Cádiz, se envió un Távira para que llegara a toda la comunidad universitaria.</p> <p>2º A través del campus virtual del propio Grado, en el cuál como coordinador envié un mensaje en la aplicación de novedades para que llegara a todo el alumnado del Grado.</p> <p>3º Presencialmente a través de las diferentes reuniones con los alumnos de cada curso, se les instó a que se unieran a dicha página de Facebook del Grado.</p> <p>El resultado fue altamente satisfactorio y a día de hoy, 26 de julio de 2015, 9 meses después de que se creara la página en octubre de 2014, hay exactamente 505 fans o me gusta en la red social del Grado, con lo cual ha cumplido con las expectativas iniciales.</p>

¹ La relación incluida en el documento *Activa* que adjuntó en su solicitud a través de la plataforma de la Oficina Virtual.

En el anexo 1 se adjunta:

- 1- Imagen del mensaje a través del correo institucional.
- 2- Imagen del mensaje a través del campus virtual.
- 3- Imagen que muestra el número de fans o me gusta en la página del Grado a 26 de julio de 2015.

Objetivo nº 2 Conseguir seguidores para que pertenezcan a la comunidad Incremento del interés y la implicación del alumnado en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados y en la Universidad.

Descripción: Gestión del medio social, creando contenido actualizado y atractivo para el alumno, facilitándole el acceso a la información, proporcionándole la oportunidad de interactuar a través de dicha comunidad online.

Actividades realizadas y resultados obtenidos: Con el objetivo de mejorar el interés y la implicación del alumnado en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados, en la Universidad y en el marketing en general se llevó a cabo la gestión de la red social. El objetivo por lo tanto era crear un mejor engagement (compromiso) y reputación de marca del propio Grado. Para esto se llevó a cabo una creación continua de contenido atractivo, útil y actualizado para el usuario, proporcionándoles además una voz y una interacción.

Los contenidos o información relacionados con el Grado y la Facultad que puedan servir de interés a los miembros de la misma fueron:

- Noticias generales del Grado, horarios, becas, estructura del Grado, celebración de conferencias, seminarios, actos, etc.
- Información sobre el mundo del marketing, la comunicación y el emprendimiento.

Para comprobar si se ha cumplido el objetivo se llevó a cabo una encuesta a los alumnos del Grado a través del campus virtual del propio grado, en la cual una de las cuestiones fue “¿Crees que el Facebook del Grado puede ayudar a mejorar el interés y el compromiso del alumno con el Grado?”

A la encuesta contestaron 32 alumnos y los resultados fue el siguiente: un 91% de los alumnos encuestados piensan que la red social puede ayudar a mejorar el interés y el compromiso del alumnado con el grado.



Por lo tanto destacar la importancia y el potencial que tiene dicha página del Grado para mejorar la motivación del alumnado con el Grado, la Universidad y el Marketing en general.

En el anexo 2 se adjunta:

- 1- Imagen de las publicaciones y tipo de publicaciones que se ha llevado a cabo estos últimos meses (extraído de los datos de la propia página)
- 2- Imagen de la encuesta enviada a los alumnos.

Objetivo nº 3	Comprobar los datos y la utilidad percibida por el alumnado
Descripción:	Llevar a cabo un análisis de la información obtenida a través de la propia red social y de una encuesta al alumnado para comprobar el grado de utilidad de dicha comunidad.do.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>Además del análisis del interés y la implicación del alumnado, se ha llevado a cabo un análisis más amplio acerca de otros puntos de interés, para obtener así información que sea útil para el estudio. Dicho análisis se ha desarrollado desde dos lugares distintos, uno desde las estadísticas de la propia página de Facebook del Grado, en el que aparece información acerca de varios aspectos y otra a través de un cuestionario al alumnado.</p> <p>Los resultados más importantes que se han obtenido han sido los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Desde las estadísticas de Facebook: <ol style="list-style-type: none"> a. Publicaciones: más de 130 posts b. Fans o me gusta: más de 500 c. Alcance medio (nº de post que han llegado a los usuarios): 430 usuarios por post d. Clics de media en cada post: 46 clics por post e. Interacción media (compartir, dar a me gusta o responder): 11 por post 2- Desde la encuesta al alumnado: <ol style="list-style-type: none"> a. Interés del contenido: 3,16 sobre 5 b. Valoración global: 3,30 sobre 5 c. Contenido más interesante: noticias actuales relacionadas con el sector y cursos. d. Valoración para añadir un Twitter del Grado: 77% lo consideran positivo e. Cómo mejoraría la página: Más actualización, más contenido, más implicación de los usuarios y promover más la interactividad <p>En el anexo 3 se adjunta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Imagen de la visión global de las estadísticas en la página del Grado. 2- Imagen de la encuesta realizada al alumnado.

Conclusiones finales

- Plataforma con mucho potencial a la hora de la comunicación con el alumnado y para mejorar su implicación a medio y largo plazo.
- Importancia del contenido visual y atractivo para el alumno que le lleve a interactuar.
- Mayor implicación del alumnado con la página: permitir la gestión de contenidos a delegados de curso y otros alumnos interesados

2. Indique las medidas que ha adoptado para difundir los resultados del proyecto en su entorno académico.

Se comunicara de los resultados del proyecto en las reuniones de coordinación que se tengan con los profesores del Grado.