

PLAN DE COMUNICACIÓN

Ocio universitario en la Universidad de Vigo

Análisis de la situación actual

Lo que la UVigo pretende...



Lo que está consiguiendo...



Brainstorming

¿Por qué un Plan de Comunicación en vez de crear nuevas actividades o infraestructuras?



Objetivos:

- Mayor involucración del usuario
- Mejor comunicación

Comunicación interna

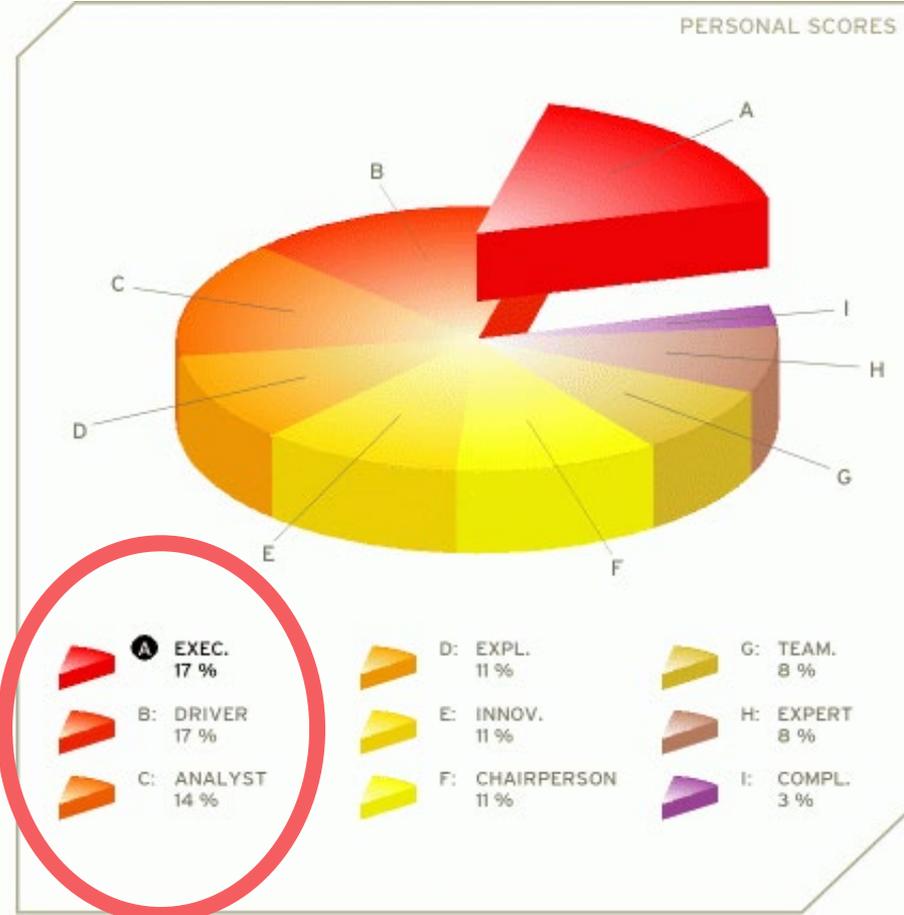


Composición de equipo

Sinergia del equipo

Valorar el potencial

Papel del Project Leader



¿Por qué es necesario una asignación de tareas y un Project Leader?



Hace el 99%
del trabajo

Dice que va a ayudar,
pero no ayuda

No tiene idea de lo que está
durante todo el tiempo

Desaparecer al
principio y no aparece
hasta el final del trabajo

Estudio de mercado: encuesta

¿A quién?

¿Cómo?

Objetivos



Encuesta sobre el ocio en la UVigo

Este cuestionario está realizado por estudiantes de la Universidad de Vigo con el objetivo de analizar la comunicación por parte de la universidad con sus estudiantes en cuanto al ocio ofrecido

1. ¿Eres estudiante de la Universidad de Vigo?

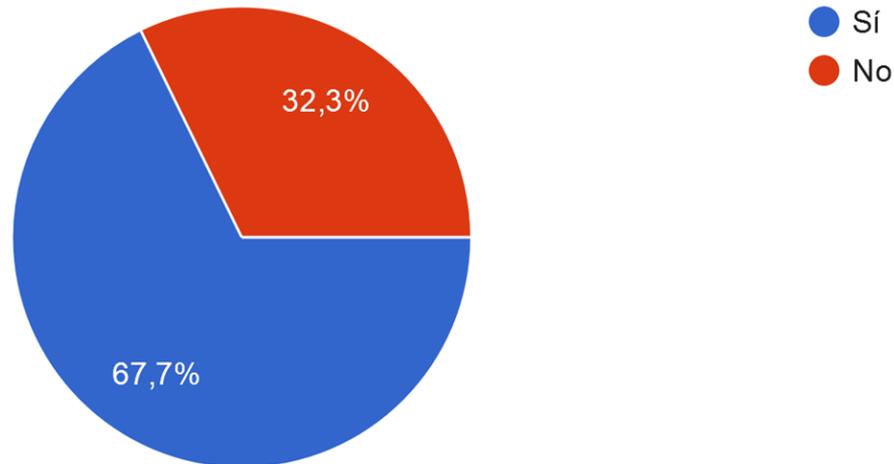
Sí

No

Resultados de la encuesta

3. ¿Conoce alguna de las actividades de ocio propuestas por la universidad?

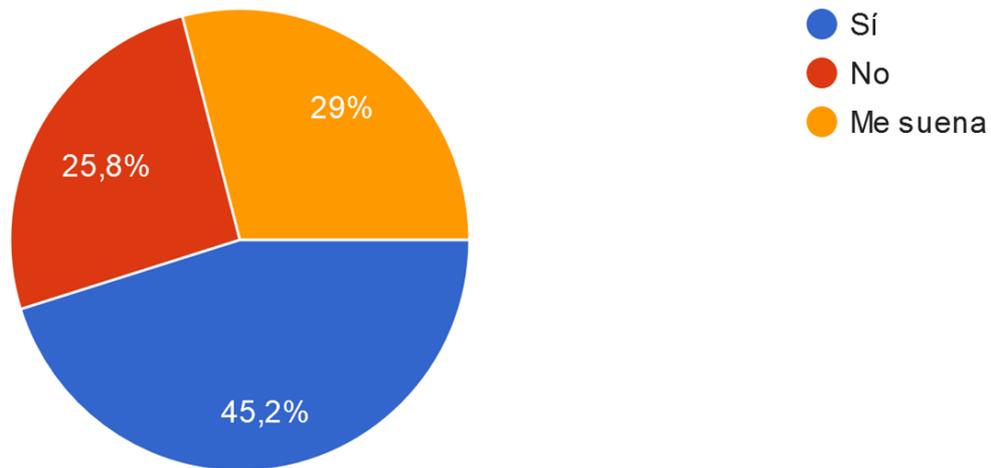
31 respuestas



Resultados de la encuesta

5. ¿Conoce el programa Muvvers de la universidad?

31 respuestas

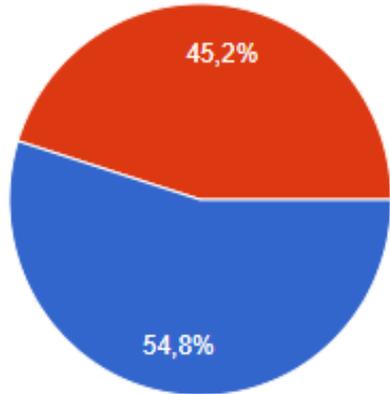


Resultados de la encuesta

Casi la mitad de la gente encuestada no conoce ni que la UVigo tiene redes sociales y mucho menos le da al follow

6. ¿Sigues alguna de las redes sociales de la universidad?

31 respuestas



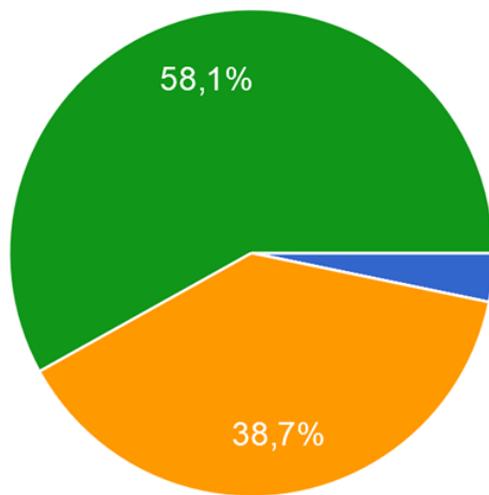
● Sí
● No



Resultados de la encuesta

7. ¿Con qué frecuencia participa en planes de ocio organizados por la Universidad de Vigo?

31 respuestas



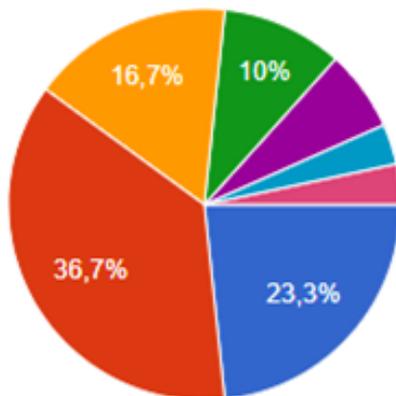
- Todas las semanas (cursos, talleres, etc)
- Habitualmente (varias veces al mes)
- De forma esporádica (alguna vez al año)
- Nunca

Resultados de la encuesta

8. ¿Cuál de estas actividades cree que debería promocionar la universidad?



30 respuestas

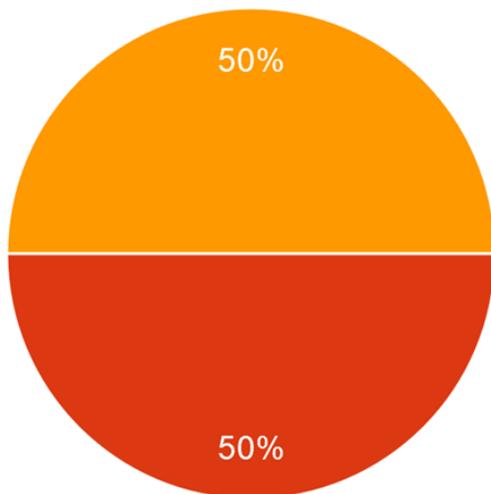


- Deportes
- Culturales (cine, teatro, conciertos, etc)
- De formación (talleres, seminarios, etc)
- Sobre videojuegos
- Actividades en grupo (yincanas, senderismo, etc)
- Todas ellas
- Debería de intentar promocionar todo tipo de actividades

Resultados de la encuesta

9. ¿Cuál es su opinión sobre la comunicación entre la universidad y el alumnado?

30 respuestas



- La comunicación es buena
- La comunicación es regular
- La comunicación es mala

¿Qué podemos concluir?

¿Qué podemos concluir?

N A D I E

ha valorado la comunicación entre el alumnado y la universidad con **BUENA**

¿Qué podemos concluir?

Un tercio de los alumnos de la UVigo no conocen las actividades de ocio de la universidad



¿Qué podemos concluir?

Casi dos tercios de los alumnos NUNCA participan en las actividades ofertadas



Recoger setas

Curso (180€)

**Danza
tradicional**

Cine al aire
libre

Charlas
gratuitas

Club de lectura

eSports

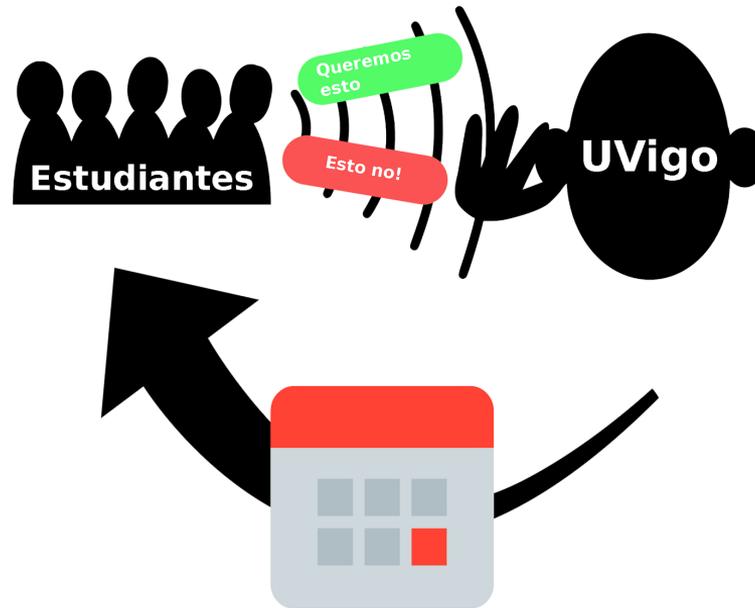
¿Qué podemos concluir?

La vía de comunicación preferida de los alumnos es el correo electrónico



¿Qué podemos concluir?

Los alumnos quieren poder proponer qué actividades se ofertan. Se necesita mejorar el **FEEDBACK** por parte de la UVigo





¿Qué prefieres
ser?



Actividades poco informadas

- Paracaidismo
- Ligas universitarias y selección universitaria
- Defensa personal-kickboxing
- Baile moderno
- **PROGRAMA: Ensaïamos**
- Grupo de teatro
- Reserva gratuita de instalaciones.
- Entrada gratuita en la semana del deporte.
- Rocódromo



Plan de comunicación

¿A quién?

A estudiantes universitarios de la Universidad de Vigo



Caracterización del público objetivo

Jóvenes estudiantes de la Universidad de Vigo entre los 18 y 25 años con interés por realizar actividades de ocio.

- Acceso y buen manejo de tecnologías
- Sociable
- Calendario universitario
- Correo universitario
- Tarjeta universitaria
- Fatic



Objetivos

- Mejora de la imagen de la universidad para los estudiantes
- Qué todos los estudiantes conozcan la oferta de actividades
- Que X actividad prevista para alumnos de X titulación tenga un mínimo de 50% de participación de esa titulación



¿Cómo?

- Aumentando el nº de seguidores en las redes sociales
- Influencer promocionando actividades
- Encuestas mensuales en faitic
- Medición de los objetivos conseguidos DESPUÉS de las actividades



Alumnos en la Universidad de Vigo:

20473 entre los 3 campus

Campus Ourense: 4606

Campus Pontevedra: 4000

Campus de Vigo: 11867

PLANES DE ACCIÓN

CHARLAS

- Presentación de 1º de carrera
- Pequeñas charlas en las aulas



CARTEL “INFLUENCER”

Cartel publicitario con la imagen de una deportista famosa.



Buscar...

ACCESO

Usuario Contraseña

Recuérdeme

¿Recordar contraseña?
¿Recordar usuario?

Menú General

- INICIO
- SERVICIO
- USUARIOS/AS
- NOVEDADES
- FAQ
- RECURSOS
 - Software
 - Web
 - Enlaces
- BUSCAR EN LA WEB
- INCIDENCIAS
- ESTADÍSTICAS FAITIC
- CURSO 0 INDUSTRIALES
- TEMAS DEL DÍA 
 - Ver estadísticas del curso
- ACTIVIDADES

Actividades

DICIEMBRE

Lunes 02

	Hora inicio	Duración		
• Charla: Aprender idiomas en el extranjero	11:30	2h	<input type="button" value="+ info"/>	<input type="button" value="Añadir al calendario"/>
Área de Bienestar, Saúde e Deporte				
MUVERS!				
• Ruta BTT por los alrededores del campus.	12:00	2h	<input type="button" value="+ info"/>	<input type="button" value="Añadir al calendario"/>

BOLETÍN INFORMATIVO MENSUAL

- Organizadas según tipología
- Actividades exclusivas o con descuentos (MUVERS)
- Lugares en los que el alumnado universitario tiene descuentos.
- Enlaces directos a Faitic para potenciar la web



MÚSICA

- Carteles publicitarios de “Ensaíamos” en las facultades.



Extensión Universitaria
Universidade de Vigo

ensaíamos
Servizo de apoio a iniciativas musicais
Curso 2019/2020

+ INFORMACIÓN
• <https://www.uvigo.gal/campus/cultura/musica/ensaiaamos>
• Oficina de extensión universitaria. Edif. Miralles.
• T. 986 813626

Dinamización de grupos
musicais e solistas por medio

REDES SOCIALES



MUVERS!

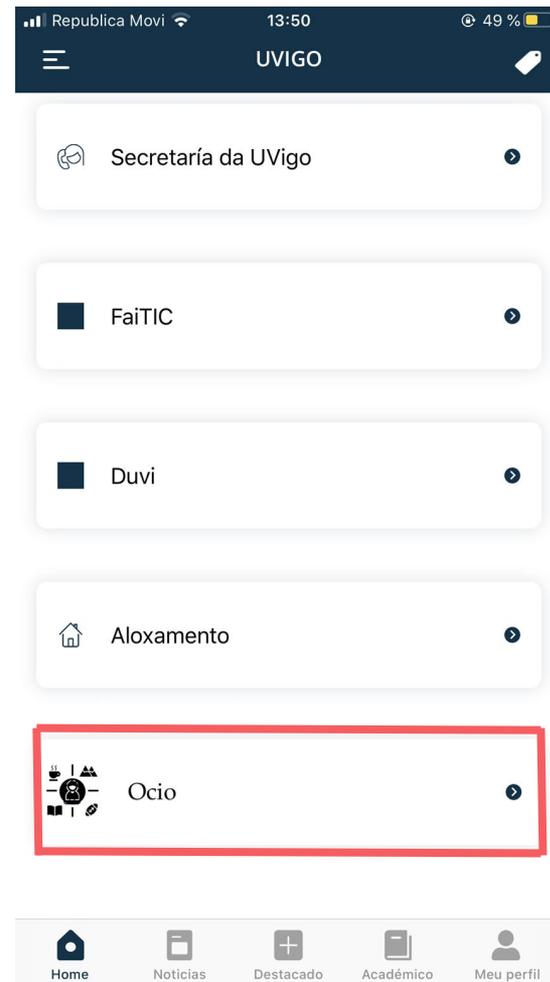
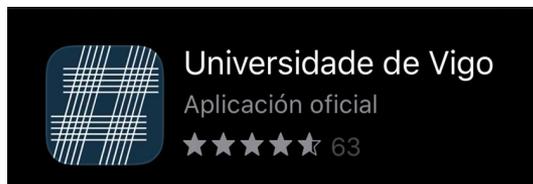
^ *activ@* + *saudable* ^ *happy*



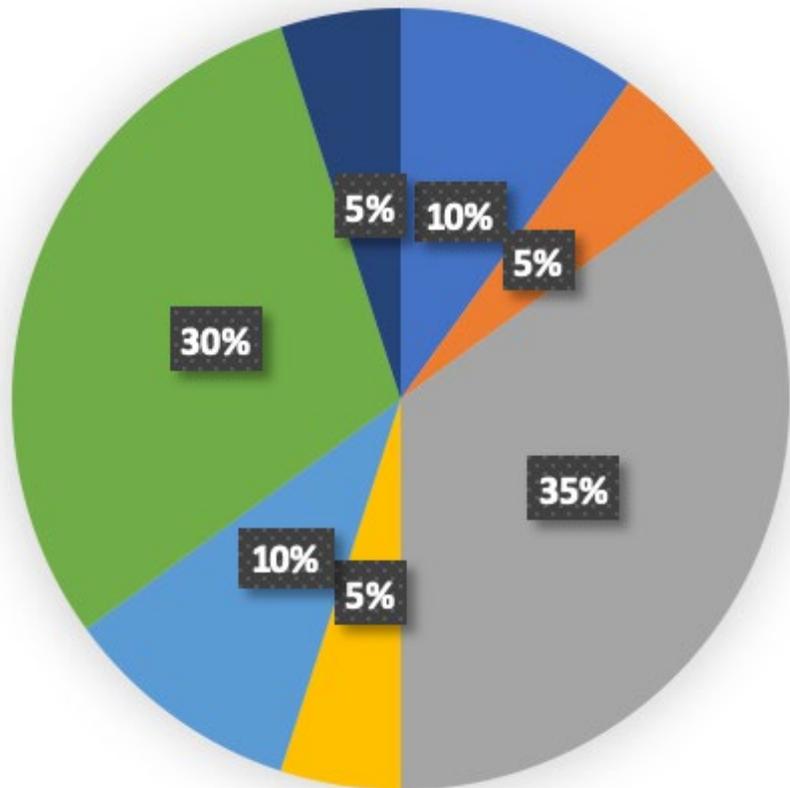
@desivila98

APP UVIGO DE OCIO

Universidade de Vigo



PRESUPUESTO



- App
- Charlas
- Influencer
- Fai Tic
- Boletín correo
- Redes
- Música

CONCLUSIONES



PLAN DE COMUNICACIÓN

Ocio universitario en la Universidad de Vigo

