

Analítica del proyecto: Difusión de la Universidad de Zaragoza y del entorno histórico-cultural de su ciudad

Jorge Fleta¹, Yvonne Baker², Virginié Fernández³, Nieves García¹, Rena Schenk⁴, Rochelle Wolf²

¹Facultad de Economía y Empresa, ²Centro Universitario de la Defensa, ³Facultad de Filosofía y Letras, ⁴Centro de Lenguas Modernas
jorge.fleta@unizar.es, baker@unizar.es, virginiefernandez2000@yahoo.fr, ngarcia@unizar.es, schenk@unizar.es, sheliv@unizar.es

CONTEXTO

Seguimiento de un proyecto de innovación docente elaborado durante el año académico 2010-2011, que consistía en la creación de un espacio web multilingüe para facilitar el conocimiento de la Universidad de Zaragoza y su ciudad a potenciales estudiantes y visitantes.

OBJETIVOS

Difusión del enlace en distintos medios durante el año académico 2011-2012. Valorar y determinar el perfil y lugar de origen de las visitas del espacio web creado.

“METODOLOGÍA”

La difusión del enlace se realizó mediante mail y se incluyó en: CIPAJ, redes sociales para erasmus (Erasmusu), sección de Relaciones Internacionales de la web de la UNIZAR, asociaciones de erasmus (Erasmus Students Network), en la entrada de Zaragoza en Wikipedia (Español e Inglés), Twitter y Facebook.

El análisis de las visitas a la web se realizó mediante Google analytics, de los vídeos online mediante You Tube Analytics y de las descargas de archivos mediante File Manager de Rapidshare.

RESULTADOS PRELIMINARES Y CONCLUSIONES

En el último año se visualizaron aproximadamente 4.000 páginas, con 510 visitantes exclusivos, que procedían de 33 países diferentes. En general, la mayoría de visitantes de la web proceden de España, concretamente de Zaragoza, Madrid y Barcelona. Fuera de España, las visitas proceden la mayoría de Francia, EE.UU. e Inglaterra.

Los vídeos de Youtube se visualizaron 2.096 veces en su totalidad (430 vídeos) y las visitas procedían mayoritariamente de EE.UU. México, Rumanía y Colombia. La edad media de las personas que reproducían los vídeos se sitúa entre los 20 y 35 años.

El audio descargado es de 112 archivos, en el que cada uno de ellos aparecen todas las pistas de audio de cada idioma (español, inglés, francés, alemán y chino) en un fichero comprimido. Los idiomas más descargados son Español e Inglés.

La valoración del perfil de visitantes que demanda esta información, así como secciones específicas de la web que aparecen segmentadas por temas, permite diseñar estrategias de atracción de colectivos concretos.