



Informe de Xarxes Socials

Curs 2018-19

Junta de Facultat

Sessió número 1 de 8 de novembre de 2019

INFORME DE XARXES SOCIALS DE LA FEE CURS 2018-19

Novembre de 2019



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	2
2. RESPONSABLES DE LA PÀGINA DE FACEBOOK DE LA FEE	3
3. ANÀLISI DE L'IMPACTE	5
4. VALORACIÓ	35



1. INTRODUCCIÓ

Aquest informe presenta l'evolució al llarg del curs acadèmic 2018-19 de les dades més significatives de la pàgina de Facebook de la FEE, i és continuació de l'informe presentat en el curs anterior. El present informe comprèn la informació de l'1 de setembre de 2018 a l'1 de setembre de 2019.

Denominació i imatge corporativa:

URL: <https://www.facebook.com/EconomiaEmpresaURV/>

Nom pàgina Facebook: Facultat d'Economia i Empresa URV

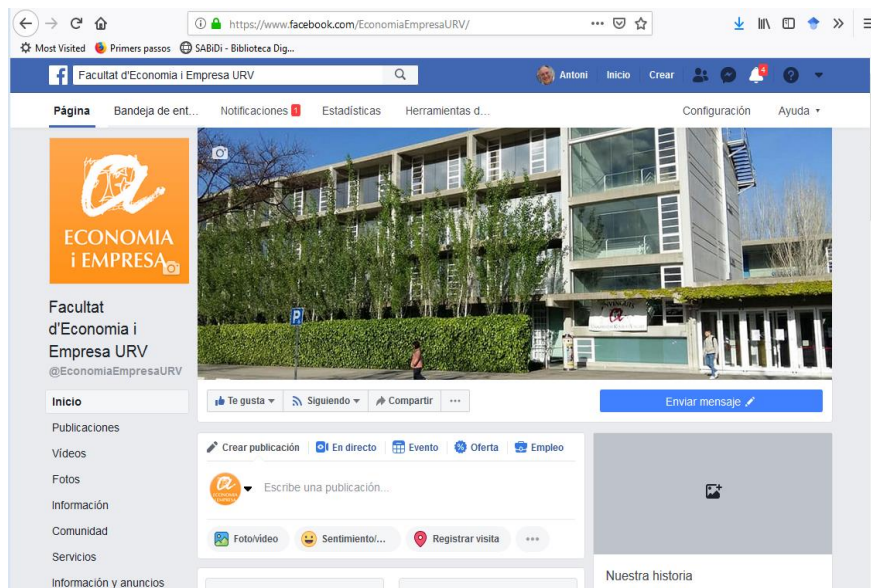
Nom d'usuari a Facebook: @EconomiaEmpresaURV

Amb la descripció següent (per suggeriment del tècnic responsable de xarxes socials de la URV):

“Pàgina de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV, amb seu a Reus i Tortosa, on pots cursar una formació de qualitat i excel·lència.”

La imatge corporativa és:

- 1) Com a fotografia de portada, una fotografia d'algun aspecte concret vinculat a la Facultat: edifici, acte o activitat que s'hi realitzi, etc.; la qual pot canviar-se sempre que es consideri oportú, és a dir, pot anar variant al llarg del temps:



- 2) Com a fotografia de perfil, d'acord a la normativa d'identitat corporativa de la URV, elaborada pel Gabinet de Comunicació URV, i que no pot canviar-se, la següent:



Tipus de publicacions:

Per assolir els objectius establerts i per tal de donar cobertura a tots els públics, els continguts a publicar són diversos:

- Informació relacionada amb els estudis i les activitats organitzades a la Facultat
- Informació d'interès per a estudiants, professorat, PAS i públic en general
- Anuncis d'activitats rellevants
- Reportatges sobre activitats rellevants
- Notícies de premsa, blogs, etc., sobre l'activitat universitària i sobre l'economia i l'empresa
- Notícies sobre publicacions d'articles i llibres del professorat
- Ofertes de treball per a estudiants i/o titulats/des
- Notícies rellevants relacionades amb estudiants, professorat i PAS
- Notícies d'activitats de diferents organismes de la URV vinculats a la Facultat (departaments, càtedres, centres de recerca, grups de recerca...)
- Difusió de conceptes i idees vinculats a l'economia i l'empresa
- Etc.

Les publicacions, sempre que sigui possible, van acompanyades d'un cartell i/o fotografia.

2. RESPONSABLES DE LA PÀGINA DE FACEBOOK DE LA FEE

Els responsables de la gestió de la pàgina de Facebook de la FEE són:

ADMINISTRADORS DE LA PÀGINA:

- Responsable de gestió del Facebook de la FEE: Antoni Vidal Suñé
- Tècnic de gestió de les xarxes socials de la URV: Javier Polinario Montesinos
- L'empresa contractada INCUBALIA (campanyes de promoció dels màsters)

SUPERVISIÓ:

- Responsable comunicació de la FEE (equip deganal): M. Carme Molina
- Tècnic de gestió de les xarxes socials de la URV: Javier Polinario Montesinos

COL·LABORADORS:

Diversos membres de la comunitat universitària de la FEE (PDI, PAS, i estudiants) col·laboren amb la pàgina de Facebook, aportant informació d'interès per a ser publicada.



Respecte a l'empresa contractada "INCUBALIA" (<https://incubalia.com/>), cal recordar que realitza publicitat dels Màsters oficials de la Facultat al Facebook, mitjançant l'aplicació "Facebook Ads" i el "Display Google Adwords" (*banners* publicitaris que apareixen en diferents pàgines de Facebook). Es tracta d'una campanya publicitària segmentada per edats (entre 22 i 35 anys), àmbits geogràfics (fonamentalment Catalunya, Llatinoamèrica i alguns països d'Europa, veure Taula 1), i formació (enginyers/es i economistes); de forma que només és visible per aquelles persones que compleixin tots els requisits de segmentació. Aquest curs, a diferència dels anteriors, la campanya s'ha llençat només en l'idioma d'impartició del màster, per tant, en castellà pel Màster en Direcció d'Empreses i el Màster en Emprenedoria i Innovació, i en anglès pel Màster en Mercats Internacionals. Aquest curs no es va fer campanya en català, per l'àmbit més proper. La segmentació per àmbit geogràfic també s'ha fet diferent pels màsters, tal com mostra la Taula 1. La FEE ha de pagar cada cop que algú clica a un dels anuncis o *banners*, i que al fer-ho els redirigeix a la pàgina web de màsters de la FEE. Aquesta campanya només s'activa en els mesos en que està oberta la preinscripció als màsters (març, abril, maig, juny, juliol, i setembre). L'empresa INCUBALIA, per poder fer anualment les tasques que se li contracten té rols aprovats per gestionar parcialment la pàgina, en concret té rols d'analista, anunciant, editor, moderador, i administrador.

Taula 1. Àmbits geogràfics de les campanyes d'INCUBALIA.

Àmbit	Curs 2015-16 (campanya 2016)	Curs 2016-17 (campanya 2017)	Curs 2017-18 (campanya 2018)	Curs 2018-19 (campanya 2019) *
Àmbit geogràfic en català	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès	
Àmbit geogràfic en castellà		Argentina Colòmbia Equador Mèxic Perú	Argentina Colòmbia Equador Mèxic Perú Veneçuela	Argentina (MDE, MEI) Colòmbia (MDE, MEI) Equador (MDE, MEI) Mèxic (MDE, MEI) Marroc (MDE, MEI) Portugal (MDE, MEI) Veneçuela (MDE, MEI) Perú (MDE, MEI) Uruguai (MDE, MEI) Xile (MDE)
Àmbit geogràfic en anglès 		Bulgària Polònia Romania	Eslovàquia Estònia Letònia Lituània Txèquia Romania Ucraïna	Argentina (MMI) Colòmbia (MMI) Equador (MMI) Mèxic (MMI) Marroc (MMI) Portugal (MMI) Veneçuela (MMI) Perú (MEI) Ucraïna (MMI) Països Baixos (MMI) Turquia (Istanbul) (MMI)

* En el cas del MDE i del MEI la campanya s'ha fet exclusivament en castellà; mentre que en el MMI s'ha fet exclusivament en anglès, i en cadascun dels països seleccionats en la segmentació per a cada màster.

Font: Dades facilitades per l'empresa INCUBALIA i Deganat FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

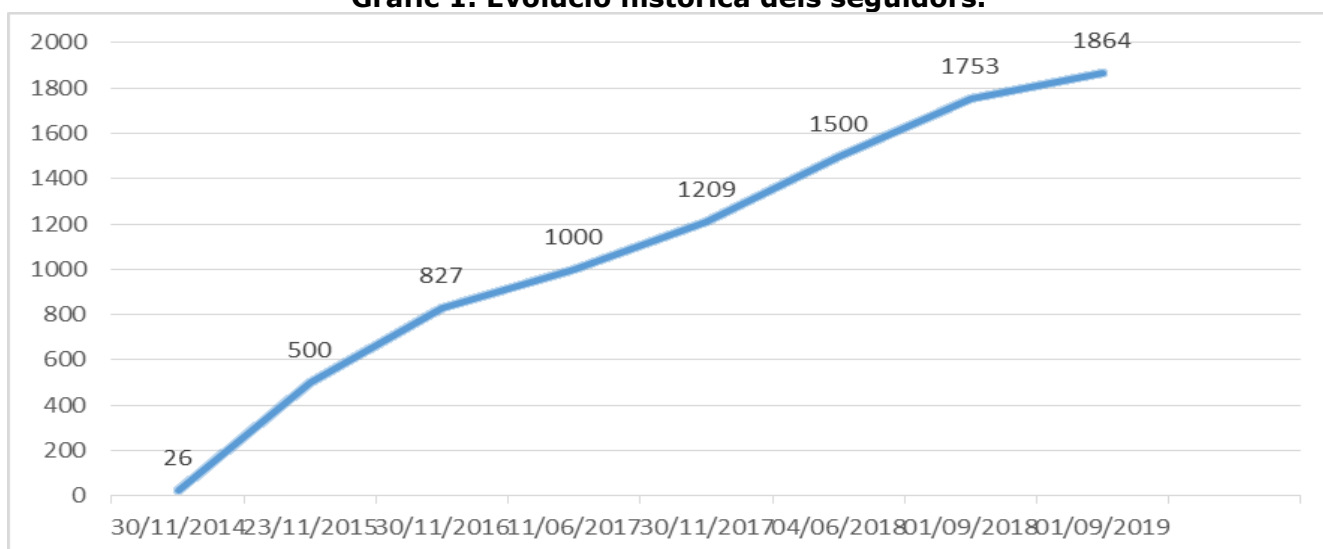
3. ANÀLISI DE L'IMPACTE

En aquest apartat s'analitzen diverses dades, amb la finalitat de captar l'impacte i el posicionament assolit per la pàgina de Facebook de la FEE al llarg del curs acadèmic 2018-19 (de l'1 de setembre de 2018 a l'1 de setembre de 2019).

a) Nombre de seguidors

Al Gràfic 1 s'indica l'evolució en el nombre de persones que segueixen la pàgina de Facebook de la FEE, des de la seva posada en funcionament el 30 de novembre de 2014 i fins a l'1 de setembre de 2019.

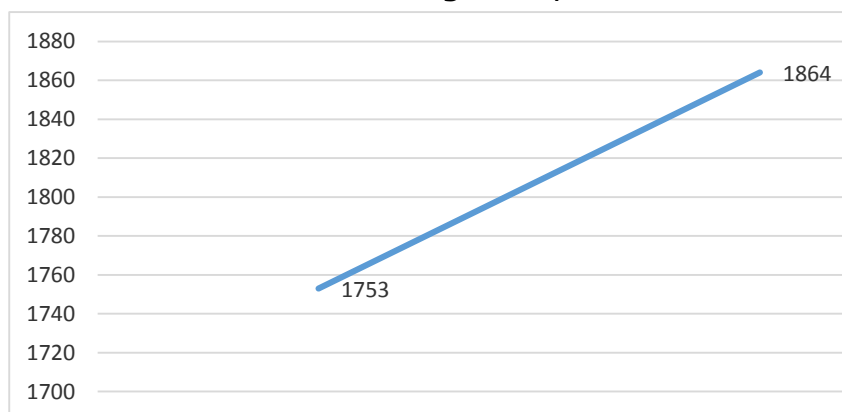
Gràfic 1. Evolució històrica dels seguidors.



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

El nombre de seguidors ha anat creixent de manera progressiva i sostinguda, amb una clara tendència a l'alça, des de la seva posada en funcionament i fins a l'actualitat.

Al Gràfic 2 es concreta l'evolució experimentada en els seguidors de la pàgina en el curs 2018-19, observant-se un creixement en aquest curs de 111 nous seguidors, la qual cosa suposa un creixement anual del 6,33%. Com és obvi, a mesura que el nombre de seguidors arriba a xifres cada cop més altes, costa més incorporar nous seguidors, és a dir, s'alenteix el ritme de creixement.

Gràfic 2. Evolució dels seguidors, curs 2018-19.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

b) Perfil dels seguidors

En aquest subapartat s'exposen diverses dades sobre el perfil dels seguidors de la pàgina de Facebook de la FEE.

➤ *Tipologia de seguidors*

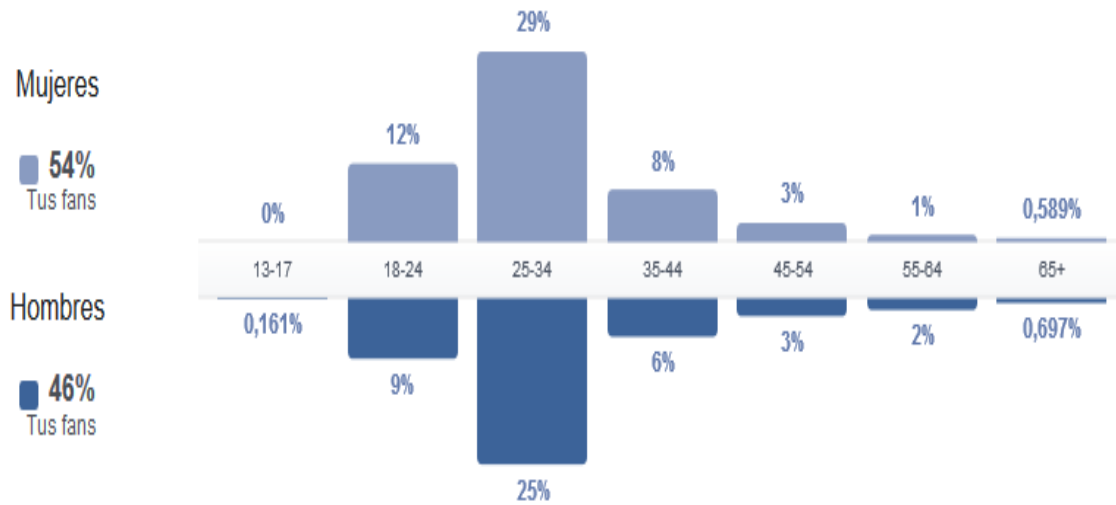
La tipologia dels seguidors de la pàgina de Facebook de la FEE és diversa. En concret, els seguidors formen part dels col·lectius següents:

- Estudiants de la FEE (grau, màster, doctorat)
- Alumni de la FEE (antics alumnes)
- Professorat de la FEE, del DGE i del DE
- Professorat d'altres centres de la URV
- PAS de la FEE
- Professorat d'altres universitats espanyoles i estrangeres
- Potencials estudiants dels màsters oficials (majoritàriament estrangers)
- Professorat i estudiants de secundària
- Empresaris/àries, directius/ves empresarials i d'institucions del territori
- Representants polítics, a nivell local
- Perfils institucionals d'algunes associacions i universitats
- Ciutadania en general, interessada en l'economia i l'empresa

➤ *Gènere i edat dels seguidors*

El Gràfic 3 mostra la situació en el moment actual de la distribució per gènere i per edat dels seguidors. S'observa que hi ha un major percentatge de dones (54%) que d'homes (46%), distribució idèntica a la de l'informe anterior. El major nombre de seguidors se situa a la franja d'edat d'entre 25 i 34 anys, en la qual s'han incrementat lleugerament els percentatges (un 2% més), tant en dones com en homes, i en la franja del 35 a 44 anys (en un 1% més, tant en dones com en homes) respecte l'informe anterior, sent la franja d'entre 18 i 24 anys la que disminueix els seus percentatges (un 4%, tant en dones com en homes).

Gràfic 3. Distribució per gènere i edats dels seguidors (a 26 de setembre de 2019).



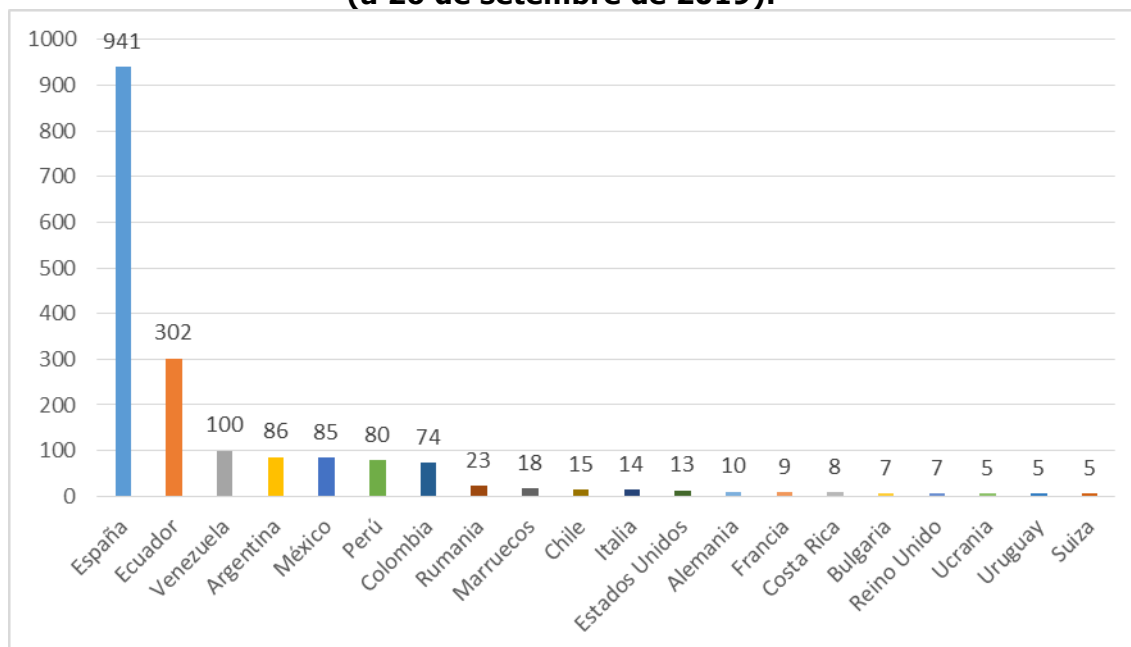
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

D'aquesta manera, el perfil tipus de seguidor de la pàgina és el d'una dona d'entre 25 i 34 anys (que representen el 29% del total de seguidors), seguides dels homes en el mateix tram d'edat (que representen el 25% del total de seguidors); i en conjunt suposen el 54% dels seguidors. Destacar que el tram d'edat, tant en dones com en homes, que ve a continuació és el comprès entre els 18 i els 24 anys (representen en conjunt el 21% dels seguidors). És a dir, les dones i homes compresos entre els 18 i els 34 anys representen el 75% dels seguidors.

➤ *País d'origen dels seguidors*

El Gràfic 4 mostra la distribució de seguidors segons els principals països d'origen (d'acord als que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'especifica). S'observa que, com és lògic, la gran majoria són espanyols. Cal destacar que els principals països que aporten més seguidors a continuació corresponen a Llatinoamèrica: Equador, Veneçuela, Argentina, Mèxic, Perú i Colòmbia; els mateixos i en el mateix ordre que en l'informe anterior. Es detecta una escassa presència de seguidors de països europeus (on destaquen, entre ells, Romania i Itàlia), i l'entrada amb una certa significació del Marroc. El nombre de seguidors dels diferents països es manté relativament estable respecte les dades de l'informe anterior (amb molt lleugeres variacions a l'alça o a la baixa, segons els casos).

Gràfic 4. Distribució per principals països d'origen dels seguidors (a 26 de setembre de 2019). *



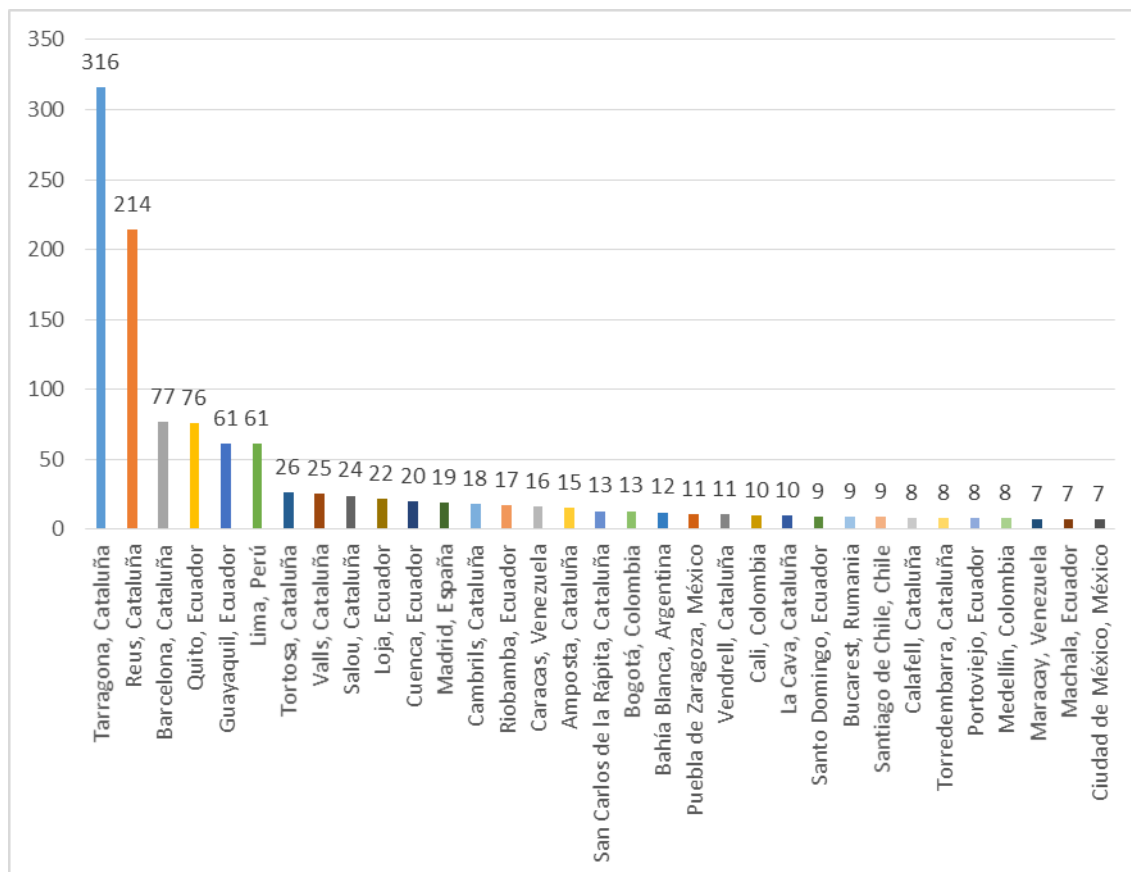
* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país d'origen. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren tots els països, ja que només es presenten les dades dels països que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

➤ Ciutat d'origen dels seguidors

El Gràfic 5 mostra la distribució de seguidors segons les principals ciutats d'origen i/o residència (d'acord a les que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'especifica). S'observa que, com és lògic, la gran majoria dels seguidors són de les ciutats de Tarragona i Reus (origen també de la majoria dels estudiants de la FEE); sent superior el nombre de seguidors de Tarragona respecte els de Reus (a l'informe anterior estaven molt igualats, amb una diferència només de 5 seguidors i actualment és de 102). A continuació, amb un nombre força més baix, se situen els seguidors de Barcelona, seguits a poca distància dels procedents de tres ciutats llatinoamericanes (Quito i Guayaquil, de l'Equador; i Lima, del Perú). Tot seguit, apareixen altres ciutats del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre (Tortosa, Valls, Salou), i a continuació un requitzell de moltes altres ciutats (amb un nombre de seguidors relativament baix).

Gràfic 5. Distribució per principals ciutats d'origen i/o residència dels seguidors (a 26 de setembre de 2019). *



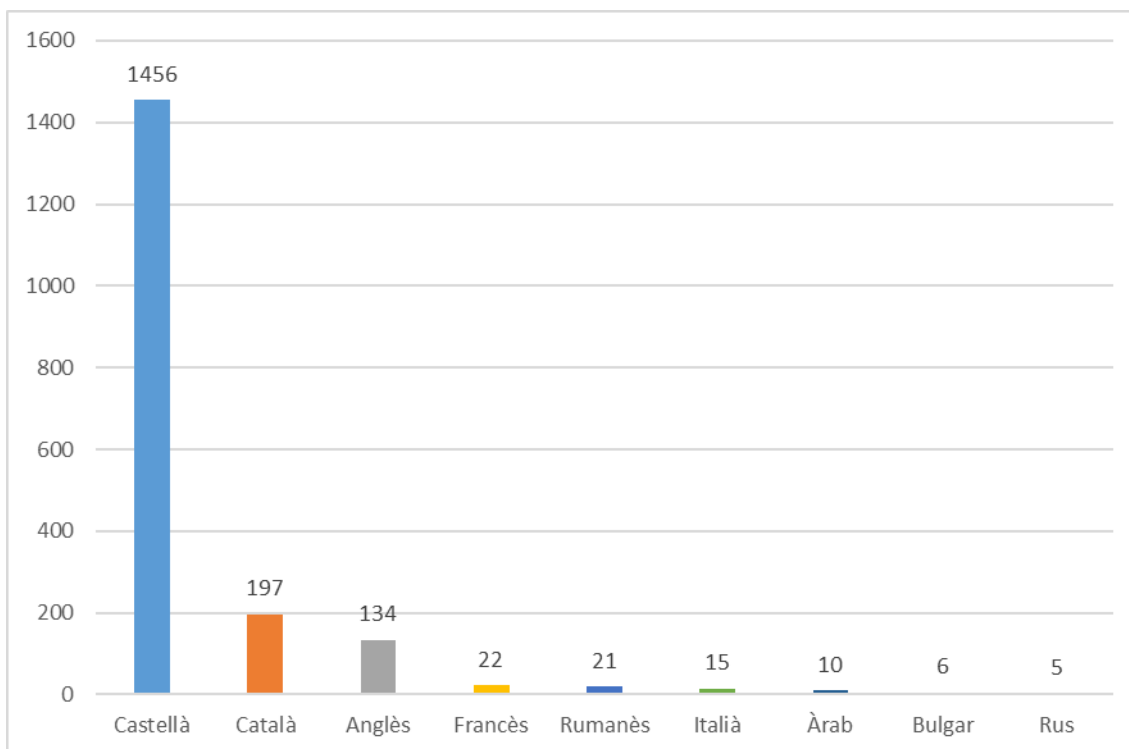
* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quina és la seva ciutat d'origen i/o de residència. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren totes les ciutats, ja que només es presenten les dades de les ciutats que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

➤ *Idioma dels seguidors*

El Gràfic 6 mostra la distribució de seguidors segons el seu idioma matern (d'acord al que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'especifica). S'observa que la gran majoria dels seguidors declaren parlar castellà (els quals s'han incrementat considerablement respecte l'informe anterior), seguit de lluny del català (on, a més, el nombre de seguidors en aquest idioma ha disminuït significativament). Destacar la presència d'un nombre apreciable i creixent de seguidors en idioma anglès. La resta d'idiomes, bastant diversos, són pràcticament testimonials.

**Gràfic 6. Distribució per idiomes materns dels seguidors
(a 26 de setembre de 2019) ***



* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu idioma matern. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren tots els idiomes, ja que només es presenten les dades dels idiomes que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

c) Abast i impacte de les publicacions

En aquest subapartat s'exposen diverses dades sobre l'abast i l'impacte, en termes mitjans, de les publicacions (*posts*) realitzades en la pàgina de Facebook de la FEE, de l'1 de setembre de 2018 a l'1 de setembre de 2019.

➤ *Abast de les publicacions (nombre de visualitzacions)*

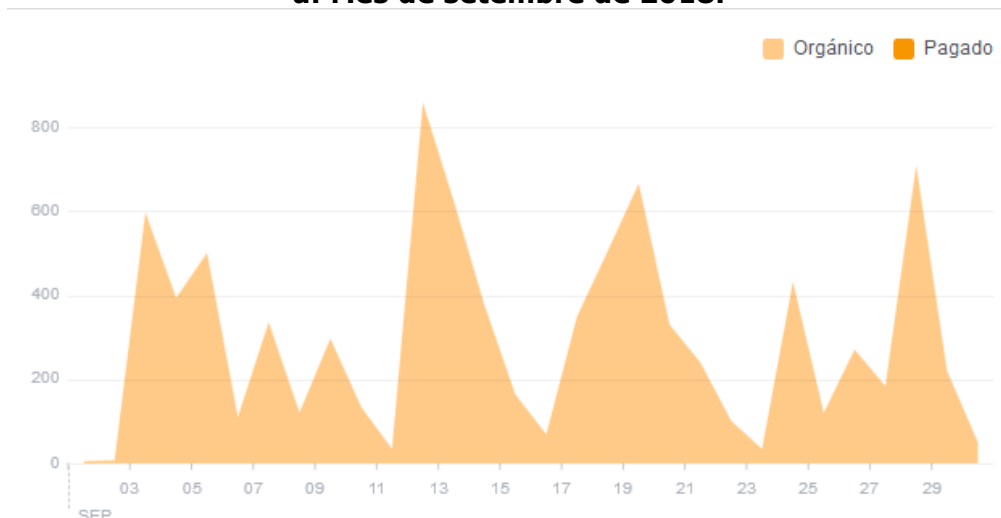
Les publicacions en Facebook (per a pàgines, no per a perfils) poden ser de dos tipus:

- **Orgàniques:** Publicacions de continguts diversos publicades pels administradors (la seva visualització és gratuïta).
- **De pagament:** Publicacions dins de campanyes publicitàries (la seva visualització suposa un pagament per clic efectuat). Les publicacions efectuades per l'empresa INCUBALIA per promocionar els màsters són d'aquest tipus.

En el Gràfic 7 es mostra l'evolució diària de les visualitzacions de les publicacions de la pàgina (nombre de persones que han vist aquell dia una publicació de la pàgina), tant les orgàniques com les de pagament. Les dades s'han separat en trams mensuals, per poder apreciar millor els detalls.

**Gràfic 7. Nivell de visualització de publicacions
(nombre de persones que han vist alguna publicació per dia).**

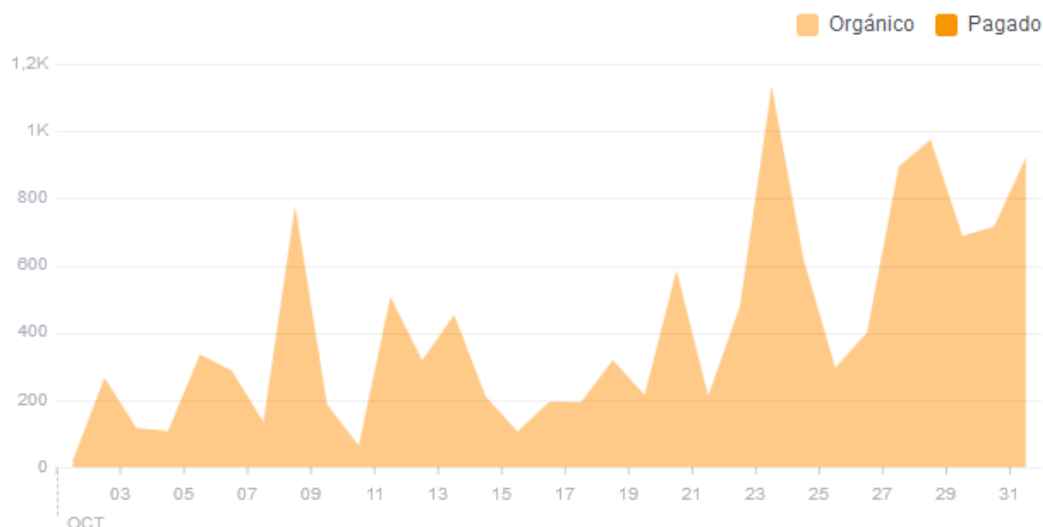
a: Mes de setembre de 2018.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

La tònica, en general, superava les 200-300 visualitzacions diàries al llarg del mes de setembre de 2018, amb l'excepció de dies puntuals (que coincideixen amb festius i caps de setmana). A més, s'observen alguns dies amb pics superiors a les 600 visualitzacions (dies 4, 19, 26 i 29) i un superior a les 800 visualitzacions (13 de setembre). La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 293. En comparació amb el mateix mes de l'any anterior (2017), respecte a les publicacions orgàniques s'observa una dinàmica relativament similar; la gran diferència és que al setembre de 2017 (del 18 al 30) es van produir moltes visualitzacions (fins a pics de 15k) de publicacions de pagament (campanya d'INCUBALIA de promoció dels màsters per a l'última fase de preinscripció de setembre), que al setembre de 2018 no es van produir (no va haver-hi cap visualització de publicacions de pagament).

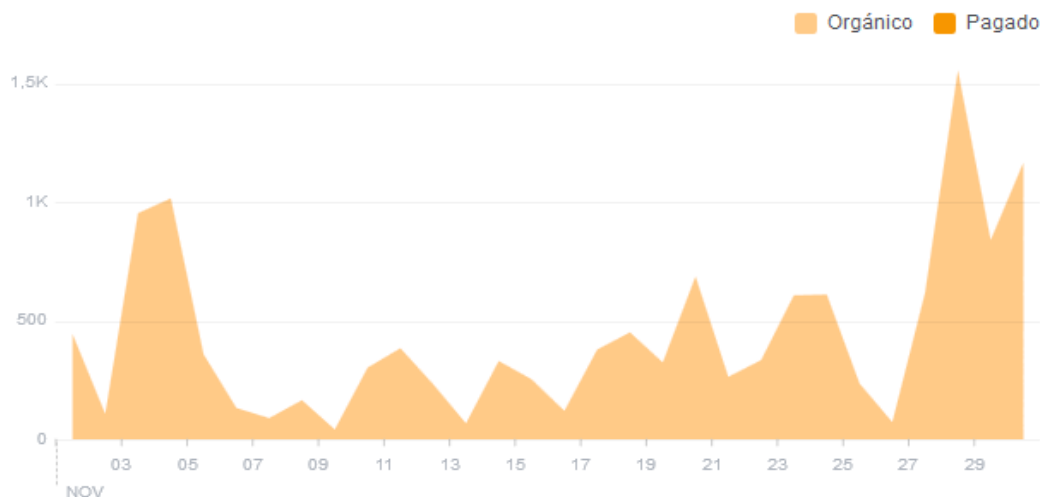
b: Mes d'octubre de 2018.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En el mes d'octubre de 2018 s'observa una tendència similar a la de setembre, superant les 200-300 visualitzacions la majoria de dies, amb l'excepció de dies puntuals (caps de setmana) que s'està per sota. Però també amb força dies que s'està pel damunt, amb pics que arriben a superar les 1.000 (1k) visualitzacions (23 d'octubre) o que gairebé hi arriben (dies 28 i 31). Respecte al mes d'octubre de 2017, ha augmentat relativament el nombre de visualitzacions, especialment en els últims 10 dies del mes. La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 408.

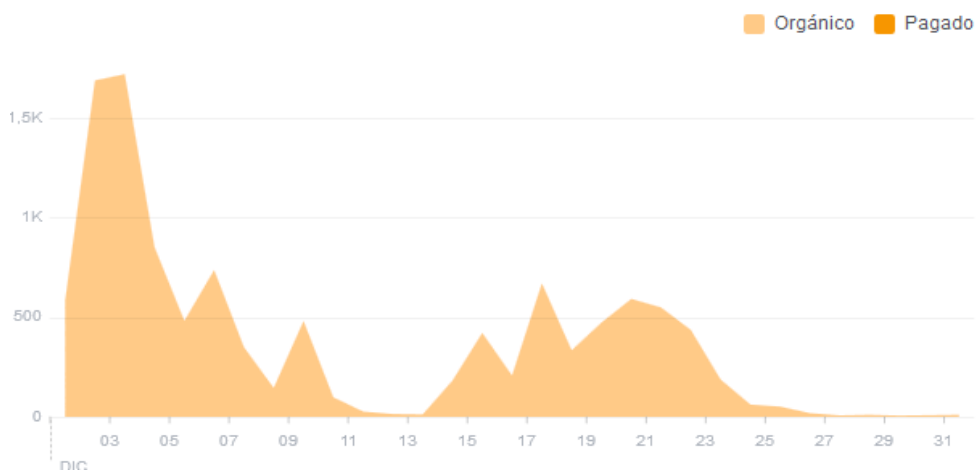
c: Mes de novembre de 2018.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

S'observa que la majoria de dies les visualitzacions estan entre les 400 i 500, dada molt similar al mateix mes de l'any anterior. No obstant, en el mes de novembre de 2017 en cap moment es van sobrepassar les 1.000 (1k) visualitzacions, la qual cosa sí que va ocórrer el novembre de 2018 (dies 4, 28 i 30), superant el 28 de novembre fins i tot les 1.500 (1.5k) visualitzacions. La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 435.

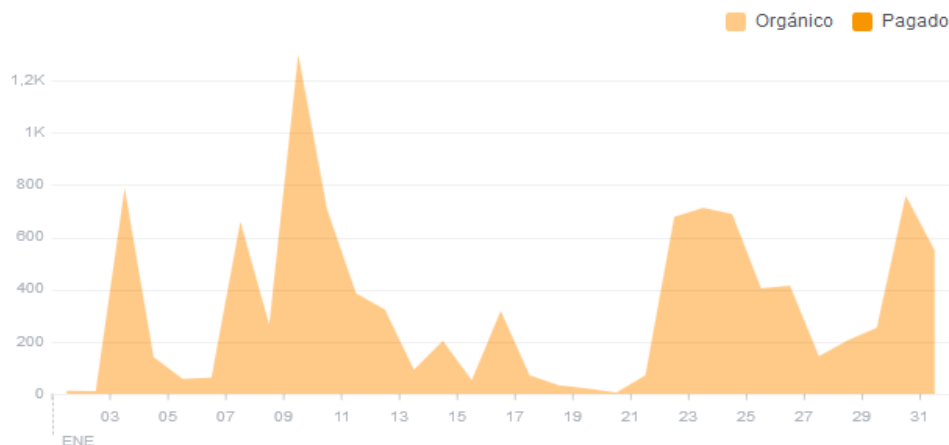
d: Mes de desembre de 2018.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

El mes de desembre de 2018 comença en els seus primers dies seguint la dinàmica dels últims dies de novembre, amb pics que superen les 1.500 (1.5k) visualitzacions (xifres a les que no es va arribar el desembre de 2017). No obstant, tot seguit es produeix un descens en el nombre diari de visualitzacions, seguint la mateixa dinàmica que va succeir l'any anterior, però sempre per damunt dels nivells assolits en aquest últim. A partir de meitat de mes (igual que succeí al 2017) les visualitzacions remunten a les 500-600 (superiors a les 200 del mateix mes de l'any anterior), per decaure en una pràcticament inactivitat a partir del 24 de desembre i al llarg dels primers dies de les vacances nadalenques (igual que l'any anterior). La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 365.

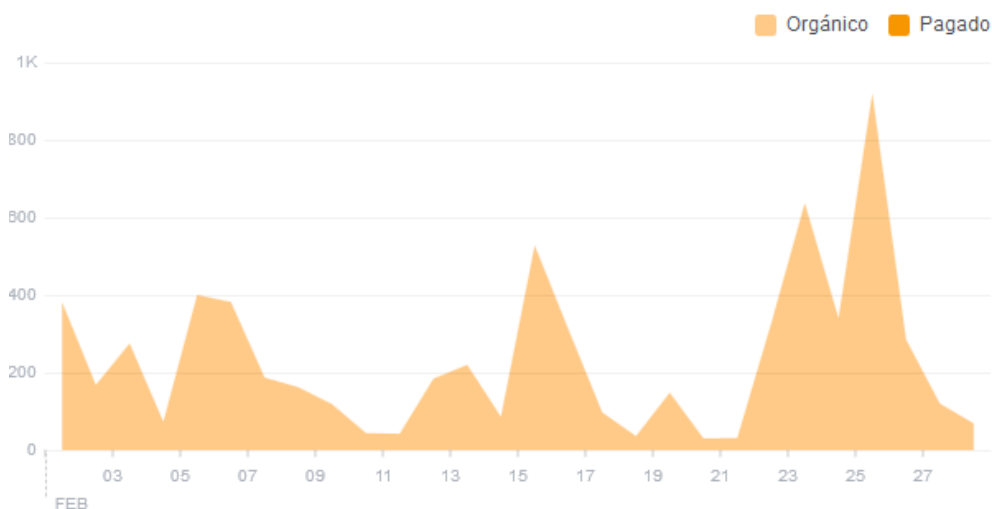
e: Mes de gener de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

A diferència del mes de gener de 2018, on en els primers dies (període vacacional) no va haver-hi activitats fins a l'inici de les classes, en els primers dies del gener 2019 s'observa força activitat, amb pics que arriben a les 800 visualitzacions (3 de gener) i sobrepassen les 600 (7 de gener), per arribar a superar les 1.200 (1.2k) el 9 de gener. En l'últim tram del mes se superen les 700 visualitzacions (quan l'any anterior se situaven al voltant de les 400). La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 333.

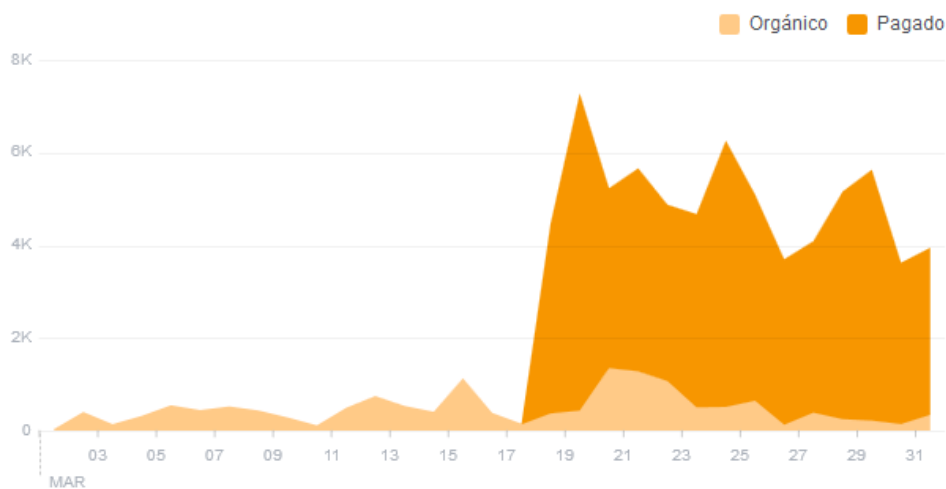
f: Mes de febrer de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

El mes de febrer de 2019 segueix una dinàmica similar al mateix mes de l'any anterior, amb unes visualitzacions diàries d'entre 200 i 300, i amb pics al voltant de les 800 visualitzacions o superant-les (el que no va passar en el mateix mes de l'any anterior). La mitjana de visualitzacions diàries durant aquest mes va ser de 234.

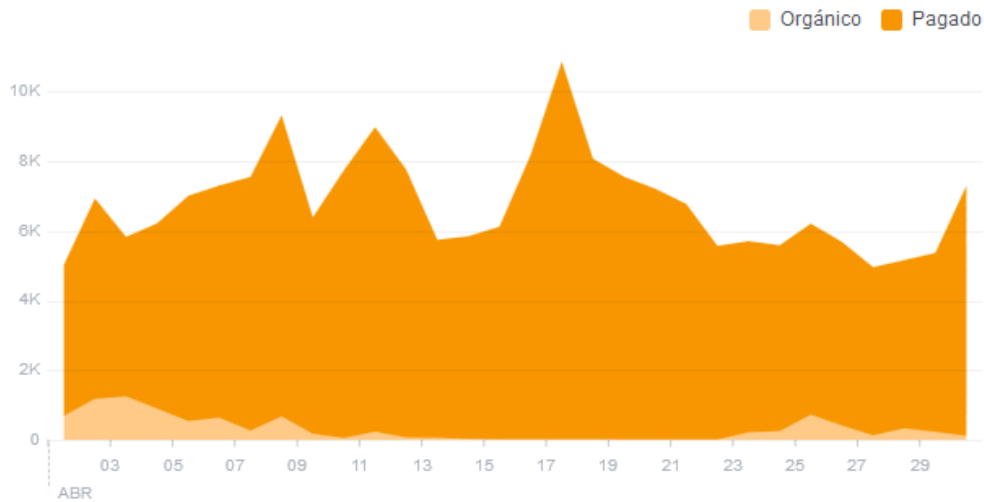
g: Mes de març de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

El primer que cal destacar és el fet que en el mes de març es va iniciar la campanya de promoció dels màsters que realitza INCUBALIA, amb el que entren en joc les publicacions de pagament, a partir del 18 de març. Les visualitzacions de les publicacions de pagament, al llarg de tota la segona quinzena del mes sobrepassen les 4.000 (4k) visualitzacions diàries, arribant a pics de 7.000 (7k) el dia 19 i de 6.000 (6k) el dia 24 i quasi fregant aquesta xifra el dia 29. La mitjana de visualitzacions diàries de pagament durant aquest mes va ser de 2.002. Pel que fa referència a les publicacions orgàniques, se situen la majoria dels dies per damunt de les 500 visualitzacions, amb pics que superen les 1.000 (1k) (dies 15, 20, 21, 22), quan en el mateix mes de l'any anterior se situaven en les 200 visualitzacions i amb pics que lleugerament superaven les 400. La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 465.

h: Mes d'abril de 2019.

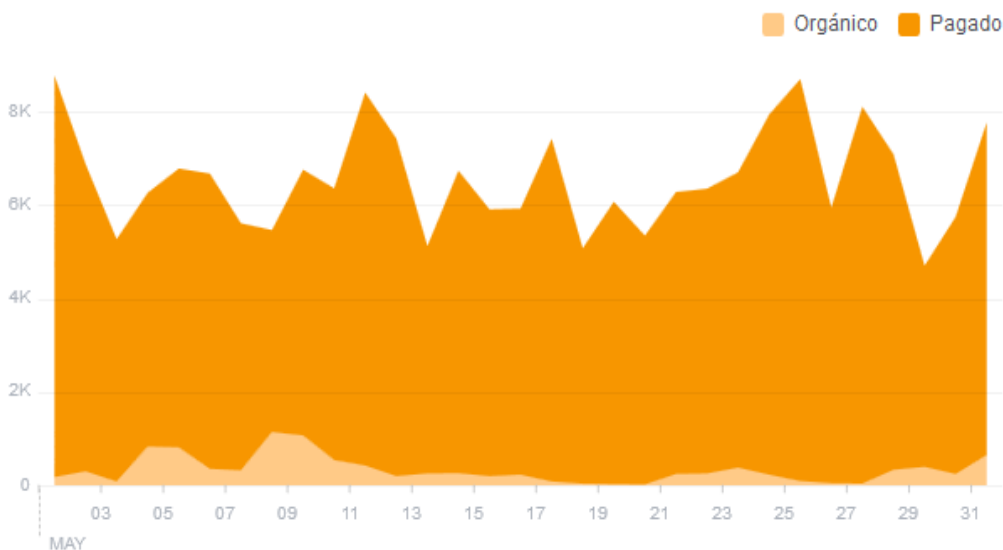


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

Les grans protagonistes en el mes d'abril de 2019 han estat les publicacions de pagament (campanya promoció dels màsters), exactament igual que va passar en el mes d'abril de 2018. Aquest tipus de publicacions en cap dia del mes han baixat de les 5.000 (5k) visualitzacions, superant molts dies les 6.000 (6k), i amb pics que superen les 8.000 (dies 8, 11, 12, 16, 18 i 19) i arribant gairebé el dia 17 a les 11.000 (11k) visualitzacions. Dinàmica molt similar a la produïda en el mes d'abril de 2018. La mitjana de visualitzacions diàries de pagament durant aquest mes va ser de 6.488.

En quant a les publicacions orgàniques, a principis de mes se situen al voltant de les 1.000 (1k) visualitzacions, per disminuir pràcticament a la inactivitat a meitat de mes (vacances de Setmana Santa) i remuntar entre 200 i 300 visualitzacions cap a finals de mes (amb un pic que supera les 700 el dia 25). Dinàmica molt similar a la del mateix mes de l'any anterior. La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 312.

i: Mes de maig de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).

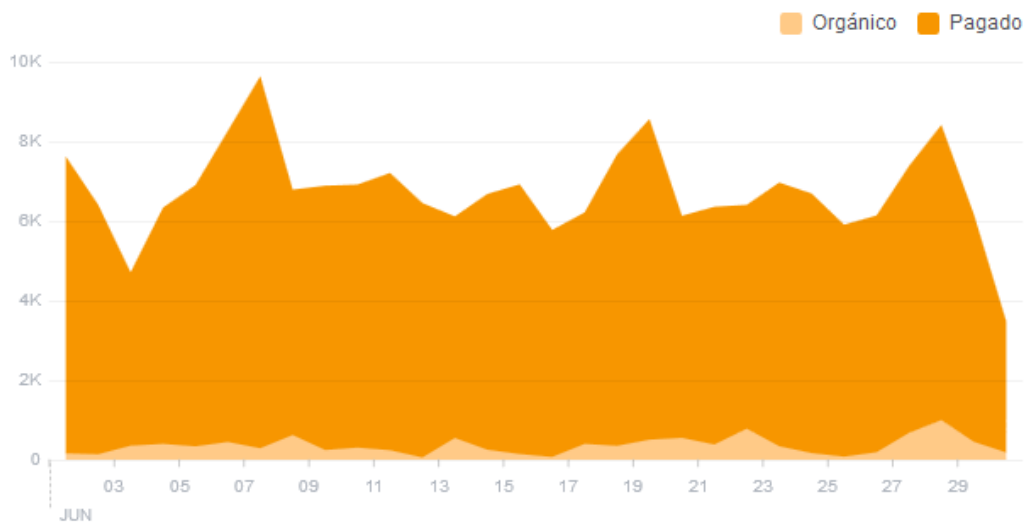


Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

El mes de maig segueix la mateixa dinàmica que el mes d'abril (i també la del mateix mes de l'any anterior, amb xifres molt similars), on les publicacions de pagament continuen sent les protagonistes. Les visualitzacions d'aquest tipus de publicacions no baixen gairebé cap dia del mes de les 5.000 (5k), sobrepasant molts dels dies aquesta xifra per arribar a pics superiors a les 6.000 (6k) i al voltant o superant les 8.000 (8k) visualitzacions (dies 1, 11, 17, 25, 27 i 31). La mitjana de visualitzacions diàries de pagament durant aquest mes va ser de 6.237.

En quant a les publicacions orgàniques, la dinàmica és molt similar al mateix mes de l'any anterior, situant-se les visualitzacions, la gran majoria dels dies, entre les 200 i 300, amb pics que sobrepassen les 800 (dies 4, 5 i 31) i les 1.000 (dies 8 i 9). La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 331.

j: Mes de juny de 2019.

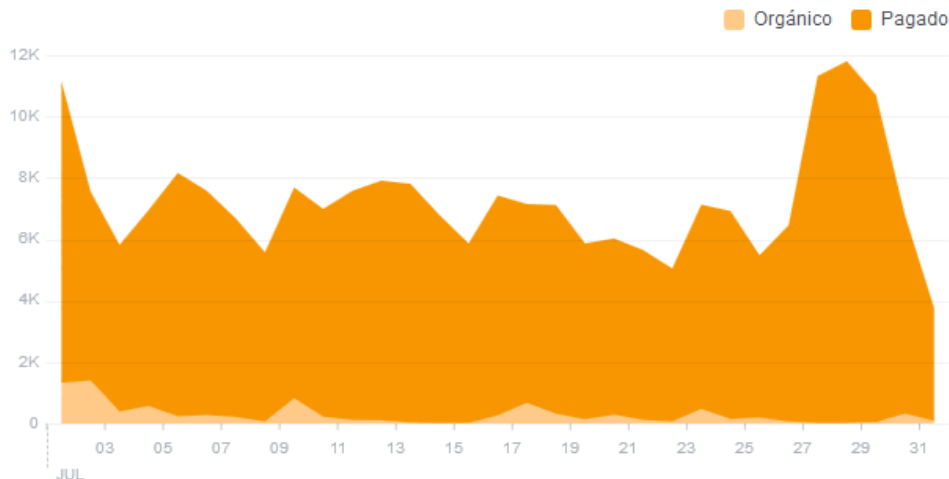


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

La mateixa dinàmica s'observa en el mes de juny, on les publicacions de pagament continuen mantenint un ritme força elevat de visualitzacions, que, excepte el dia 4, la resta de dies del mes superen les 6.000 (6k), amb pics de gairebé 8.000 (8k) o superant-les els dies 1, 19 i 28; i superant les 9.000 (9k) visualitzacions el dia 8. Dinàmica molt similar a la del mateix mes de l'any anterior. La mitjana de visualitzacions diàries de pagament durant aquest mes va ser de 6.381.

Respecte a les publicacions orgàniques, amb l'excepció de dies puntuals, les visualitzacions se situen al voltant de les 400 la gran majoria de dies, amb pics que superen les 600 (dies 8 i 13), les 700 (dia 22) o arriben a les 1.000 (dia 28). Amb un comportament similar al del mateix mes de l'any anterior. La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 357.

k: Mes de juliol de 2019.

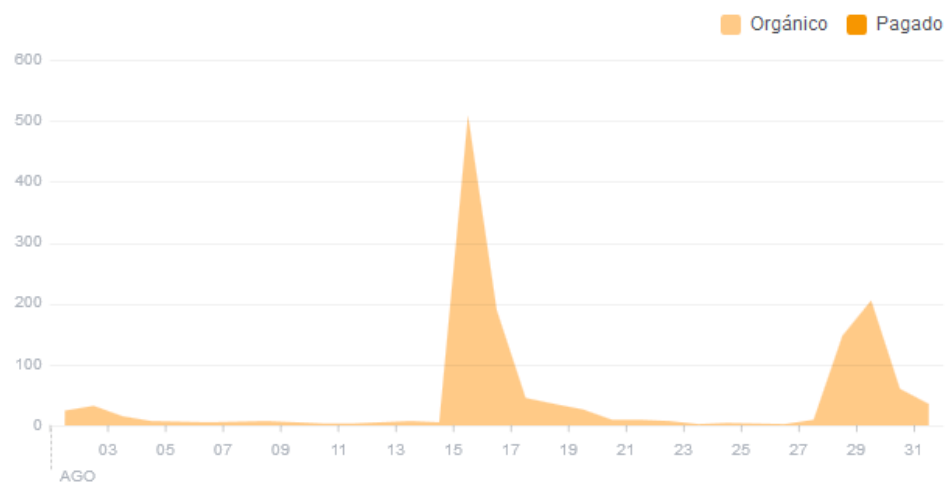


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En el mes de juliol, igual que va ocórrer en el 2018, s'incrementen considerablement les visualitzacions de les publicacions de pagament (campanya promoció dels màsters). En el juliol de 2019, aquestes visualitzacions s'han situat a prop (només sis dies) o superant clarament les 6.000 (6k), i bastants dies quasi arribant a les 8.000 (8k), amb pics de 11.000 (11k) visualitzacions (dies 1, 27 i 29), i fregant les 12.000 (12k) el dia 28. En comparació al juliol de 2018, en el que també es van incrementar les visualitzacions d'aquest tipus de publicacions, però arribant a pics que fregaven les 8.000 visualitzacions; cal destacar el considerable increment experimentat. La mitjana de visualitzacions diàries de pagament durant aquest mes va ser de 6.959.

Respecte a les publicacions orgàniques, s'observa certa activitat en els primers dies del mes, arribant a superar les 1.000 visualitzacions, per decaure progressivament en la resta de dies del mes (exceptuant algun dia puntual) fins a la pràcticament inactivitat, conseqüència del període estival. Dinàmica molt similar a la del mateix mes de l'any anterior. La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 293.

l: Mes d'agost de 2019.

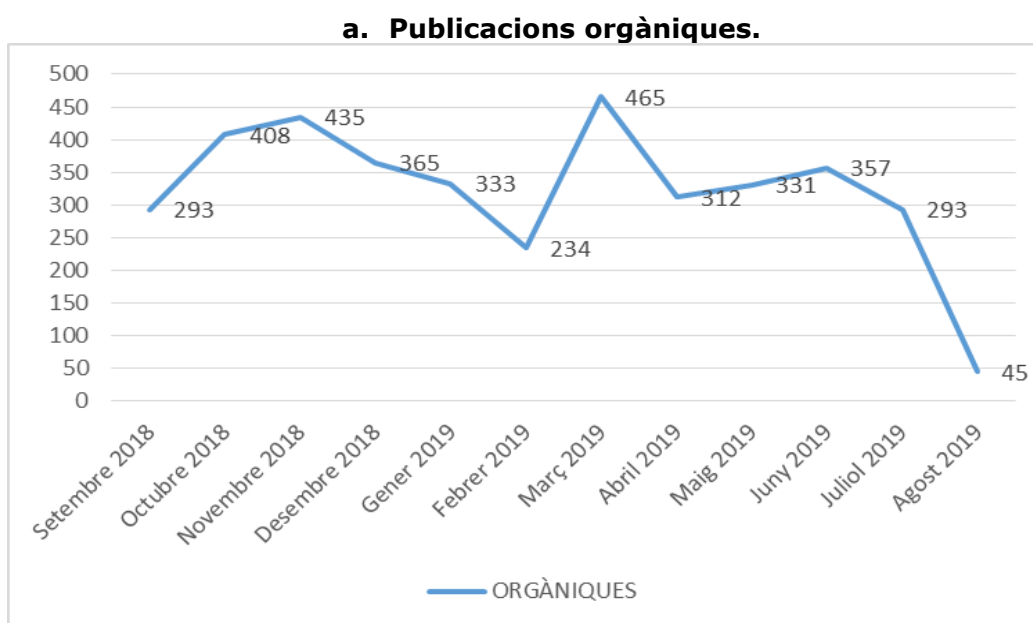


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En el mes d'agost desapareixen les publicacions de pagament, i les visualitzacions de les publicacions orgàniques són força reduïdes (l'activitat és escassa), fruit del període estival i vacacional, situant-se les visualitzacions al voltant de les 30 els primers dies del mes, per posteriorment caure fins a les 4 o 5; però amb l'excepció d'un pic que arriba a les 500 visualitzacions el dia 15, i d'un repunt els tres últims dies del mes (que arriben a les 200 visualitzacions el dia 29). Situació pràcticament idèntica a la del mateix mes de l'any anterior, a excepció que a l'agost de 2018 no es van produir pics com els experimentats enguany a meitat i final de mes. La mitjana de visualitzacions diàries orgàniques durant aquest mes va ser de 45.

En el Gràfic 8 es presenta l'evolució de les visualitzacions mitjanes diàries, computades a nivell mensual, al llarg del curs 2018-19. En relació amb les publicacions orgàniques s'observa un seguiment irregular (amb moments més àlgids en els mesos d'octubre, novembre i, especialment, març, que presenta el valor més alt del curs amb 465 visualitzacions mitjanes), però relativament estable al llarg del curs, ja que sense tenir en compte el mes d'agost, el valor mínim és de 234 en el mes de febrer (recordem que s'està analitzant la mitjana mensual de visualitzacions diàries). Per tant, aquestes mitjanes se situen entre les 250 i les 450, aproximadament, un rang que tot i els alts i baixos suposa una certa estabilitat en les visualitzacions; sent la possible explicació d'aquests alts i baixos el major o menor interès per als seguidors de la pàgina que presentin unes o altres publicacions (*posts*).

Gràfic 8. Evolució de la visualització mitjana diària (per mesos).

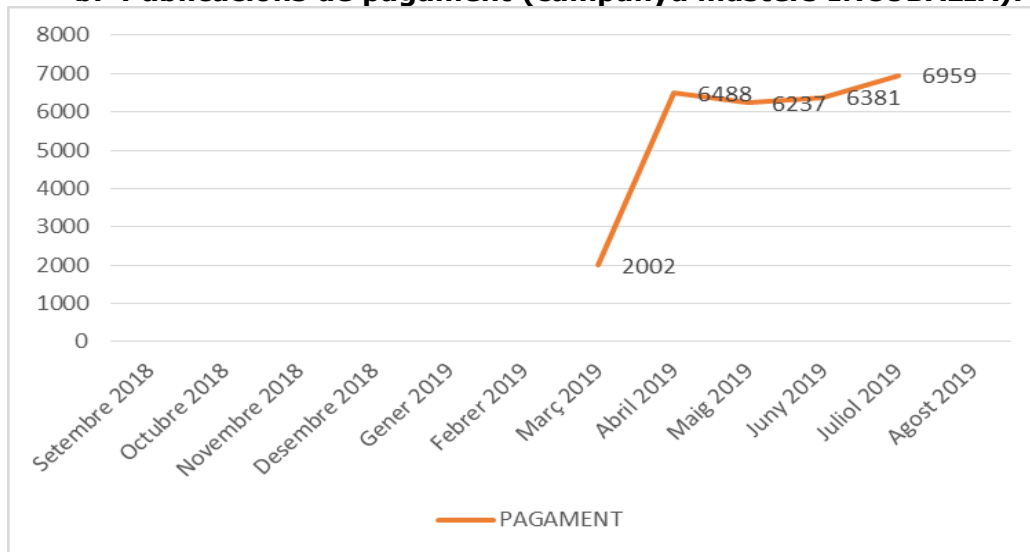


Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.



Respecte les publicacions de pagament, sense tenir en compte el mes de març (atès que la campanya es va iniciar a meitat del mes, fet que fa baixar considerablement la mitjana mensual de visualitzacions diàries del març), per a la resta de mesos en que està activa la campanya de promoció dels màsters realitzada per INCUBALIA s'observa una clara estabilitat en les mitjanes mensuals de visualitzacions diàries d'aquestes publicacions al voltant de les 6.500, tot i que la gràfica presenta una molt lleugera forma d'U, amb més visualitzacions al principi de la campanya (abril) i al final (agost).

b. Publicacions de pagament (campanya màsters INCUBALIA).



Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En definitiva, el comportament de les visualitzacions de les publicacions de la pàgina Facebook de la FEE al llarg del curs 2018-19 segueix una dinàmica molt similar a la del curs 2017-18, tot i que amb un nivell de visualitzacions relativament major respecte l'any anterior, és a dir, en el curs 2018-19 s'ha incrementat el nombre mitjà de visualitzacions diàries.

➤ *Interaccions dels seguidors a les publicacions*

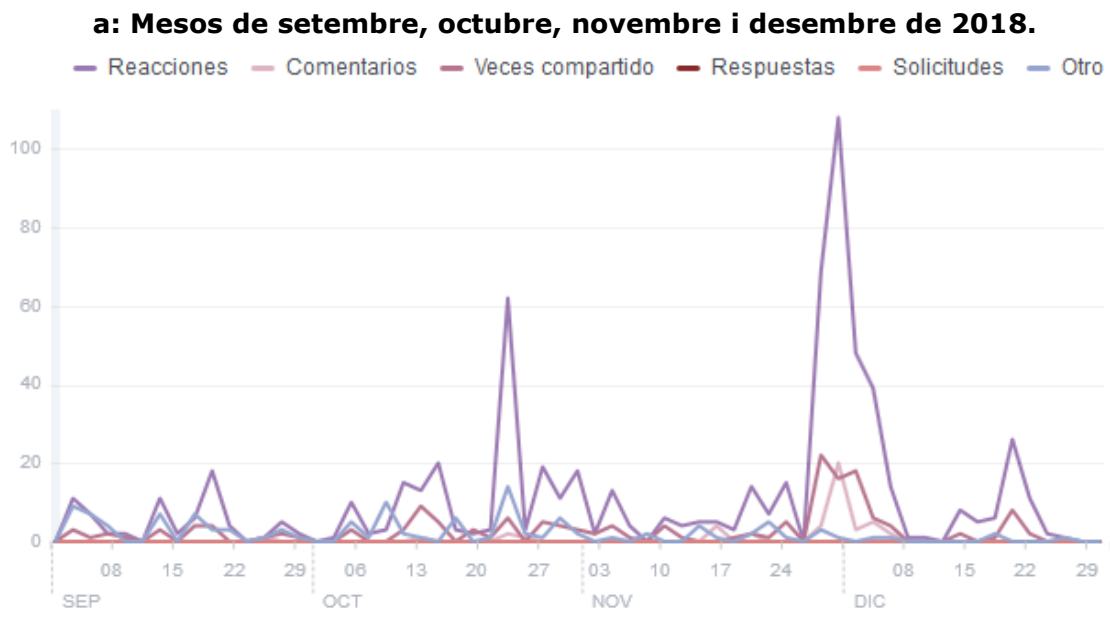
Les persones que visualitzen les publicacions, siguin seguidores o no de la pàgina, a més de veure la publicació poden interactuar-hi de diferents formes, que poden ser:

- Reaccions o Fer "m'agrada" a la publicació.
- Introduir un "comentari" a la publicació.
- "Compartir" la publicació en el seu perfil personal de Facebook, fent així arribar la publicació a més gent (economies de xarxa).



En el Gràfic 9, que s'ha separat en diferents trams temporals (en concret per quadrimestres), per poder apreciar millor els detalls, es mostra l'evolució diària de les reaccions (m'agrada de publicacions), els comentaris, i les comparticions que han realitzat les persones que han visualitzat les publicacions. En general, de manera idèntica a la dinàmica de l'any anterior, el nivell d'interactuacions és molt baix. El tipus d'interacció més freqüent són les reaccions (fer un "m'agrada" a les publicacions"), a força distància la segueixen les "comparticions" (bastant més escasses) i, finalment, els "comentaris".

Gràfic 9. Nivell de reaccions (m'agrada), comentaris i comparticions de publicacions diàries per part dels seguidors



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En els mesos de setembre, octubre, novembre i desembre de 2019, hi van haver, en termes mitjans al llarg del període, 11 reaccions diàries, 1 comentari diari, i 3 comparticions diàries. Cal destacar alguns pics en les reaccions, que arriben a les 18 (el 19 de setembre), a les 20 (el 15, 27 i 31 d'octubre), a les 62 (el 23 d'octubre), a les 108 (el 30 de novembre), i a les 26 (el 20 de desembre). Les comparticions també presenten algun que altre pic puntual (però força més baixos en el seu nivell) que se situen entre les 8 i 16 comparticions. Respecte els comentaris, són força escassos, arribant com a molt a ser d'uns 3 o 4.

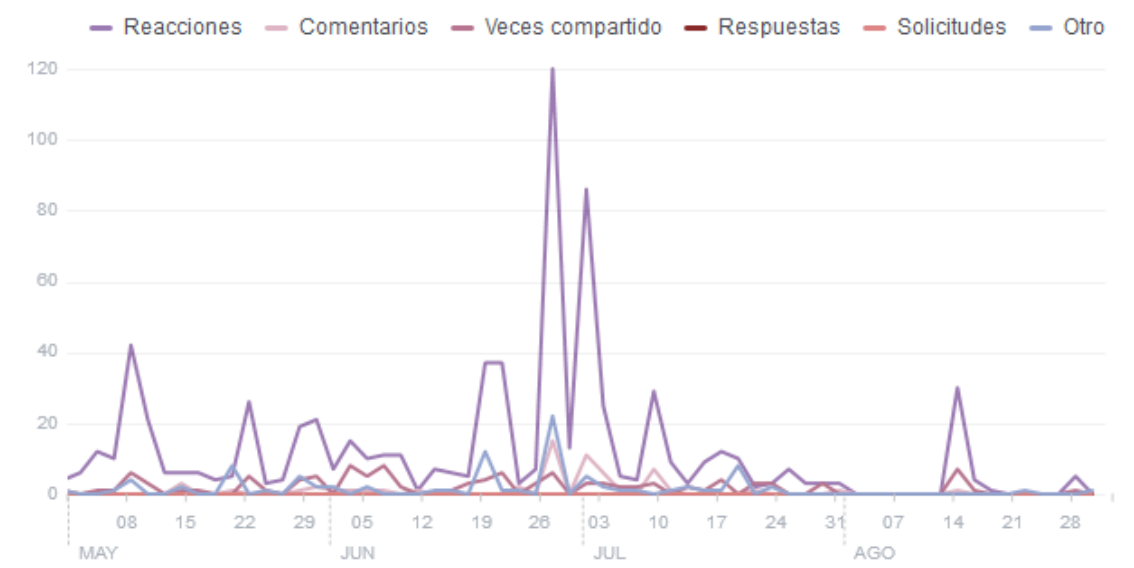
b: Mesos de gener, febrer, març i abril de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

En el primer quadrimestre de 2019, s'observa la mateixa dinàmica comentada pels mesos anteriors, tot i que cal destacar els nombrosos pics que presenten les reaccions (fer un "m'agrada"), que arriben als 30 (9 i 29 de gener, 10 de març, 3 i 7 d'abril), sent el pic més alt les 64 reaccions del 20 de març. Els pics més alts en les comparticions arriben a les 12 (29 de gener), 13 (20 de març) i 18 (1 d'abril). De comentaris només se'n registra algun esporàdic de tant en tant al llarg d'aquest període de quatre mesos. Així, hi van haver, en termes mitjans al llarg d'aquest quadrimestre, 11 reaccions diàries, 1 comentari diari, i 2 comparticions diàries.

c: Mesos de maig, juny, juliol i agost de 2019.



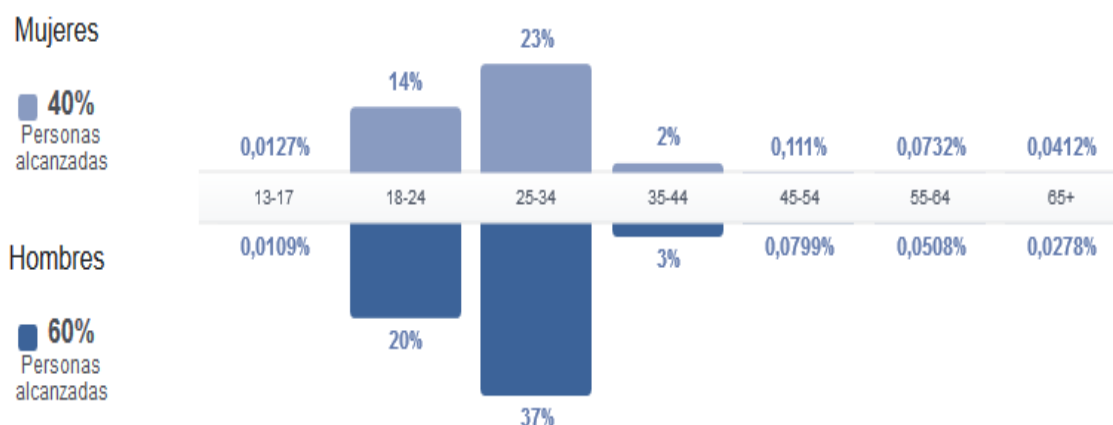
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

Del mes de maig a agost es produeix una situació similar, tot i que s'observa un major nivell d'activitat, especialment en les reaccions. D'aquesta manera, en termes mitjans al llarg d'aquest quadrimestre, es van produir 14 reaccions diàries, 1 comentari diari, i 2 comparticions diàries. El nivell dels comentaris i de les comparticions són similars als dels mesos anteriors. En canvi, en les reaccions hi ha un cert creixement, ja que hi ha força dies que estan per damunt de les 20, amb pics que arriben a les 30 (22 de maig, 9 de juliol, i 14 d'agost), a les 40 (10 de maig, 19, 20 i 21 de juny), fins a les 86 (1 de juliol) i les 120 (27 de juny).

➤ *Impacte de les publicacions (persones abastades)*

El Gràfic 10 mostra la distribució per gènere i edat de les persones abastades, siguin seguidores o no de la pàgina, que han visualitzat alguna publicació en algun moment.

Gràfic 10. Distribució per gènere i edat de les persones abastades, que han visualitzat alguna publicació de la pàgina (a 26 de setembre de 2019, en termes mitjans).



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

Respecte a la situació descrita en l'informe anterior, ha variat significativament la distribució entre homes i dones, ja que s'ha passat d'un 56% de dones (30 de novembre de 2018) al 40% actual (passant els homes d'un 44% a un 60%). La distribució per edats de les persones abastades també ha variat, concentrant-se en major proporció en els trams d'edat de 18 a 24 (que passen en el conjunt d'homes i dones, de representar en l'any 2018 un 16% a fer-ho en un 34% el 2019) i de 25 a 34 anys (que també en conjunt passen de representar un 37% el 2018 a fer-ho en un 60% el 2019). Com és evident, la resta de trams d'edat de les persones abastades han disminuït considerablement el seu pes percentual, fins a ser pràcticament testimonial.



La Taula 2 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord amb la informació que tenen especificada en la configuració del seu perfil personal a Facebook; no tothom l'especifica) de les persones que han realitzat almenys una visualització d'alguna publicació (en termes mitjans), siguin seguidores o no de la pàgina.

Taula 2. Distribució per país i ciutat d'origen de les persones abastades que han visualitzat alguna publicació (a 26 de setembre de 2019, en termes mitjans). *

País	Persones abastades (visualitzacions)	Ciutat	Persones abastades (visualitzacions)
Veneçuela	88.791	Caracas (Veneçuela)	15.598
Marroc	34.108	Valencia (Veneçuela)	7.243
Equador	13.877	Barquisimeto (Veneçuela)	5.584
Argentina	9.575	Maracaibo (Veneçuela)	5.420
Colòmbia	7.526	Casablanca (Marroc)	5.301
Mèxic	3.293	Maracay (Veneçuela)	5.209
Xile	1.891	Ciudad Guayana (Veneçuela)	4.092
Perú	1.837	San Cristóbal (Veneçuela)	3.652
Espanya	1.579	Maturín (Veneçuela)	3.376
Uruguai	787	Quito (Equador)	2.962
Turquia	703	Rabat (Marroc)	2.925
Estats Units d'Amèrica	210	Mérida (Veneçuela)	2.617
Costa Rica	148	Marrakech (Marroc)	2.545
Ucraïna	133	Agadir (Marroc)	2.521
França	116	Guayaquil (Equador)	2.405
Brasil	61	Tànger (Marroc)	2.401
Portugal	60	Barcelona (Veneçuela)	2.357
Itàlia	48	Fez (Marroc)	2.143
Alemanya	38	Barinas (Veneçuela)	2.126
Panamà	34	Ciudad Bolívar (Veneçuela)	1.922
Nicaragua	31	Mequinez (Marroc)	1.662
Canadà	29	Lima (Perú)	1.640
República Dominicana	18	Porlomar (Veneçuela)	1.491
Emirats Àrabs Units	18	Bogotà (Colòmbia)	1.457
Països Baixos	17	Cumaná (Veneçuela)	1.338
Regne Unit	16	El Tigre (Veneçuela)	1.275
Qatar	12	Punto Fijo (Veneçuela)	1.201
Irlanda	10	Acarigua (Veneçuela)	1.197
Austràlia	10	Puerto La Cruz (Veneçuela)	1.177
Nova Zelanda	9	Salé (Marroc)	1.162
Trinitat i Tobago	8	Tetuán (Marroc)	1.076
Rússia	8	Kenitra (Marroc)	1.024
Dinamarca	8	Coco (Veneçuela)	1.007

* Les persones que realitzen visualitzacions de publicacions no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país o ciutat d'origen. És a dir, les xifres indicades no tenen perquè coincidir amb el nombre total de visualitzacions. A més, no es consideren tots els països i ciutats, ja que només es presenten les dades dels països i ciutats que més visualitzacions aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

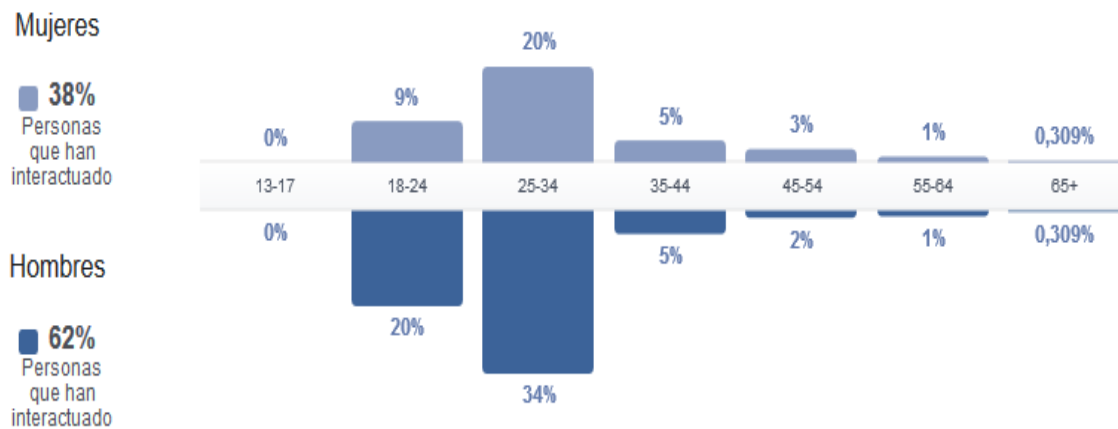
Es comprova l'èxit, al menys en termes de visualitzacions de les persones abastades, de la campanya de promoció dels màsters, que fa que la gran majoria de persones abastades siguin de Venèçuela, el Marroc i l'Equador; seguits a considerable distància per Argentina, Colòmbia, Mèxic, Xile, Perú i Espanya (per aquest ordre). Aquest fet també explica que les ciutats que apareixen al llistat siguin de Venèçuela, el Marroc i l'Equador.

➤ *Impacte de les publicacions (persones que han interactuat)*

El Gràfic 11 mostra la distribució per gènere i edat de les persones, siguin seguidores o no de la pàgina, que han interactuat al menys un cop amb alguna publicació. Com a interaccions s'integren el conjunt de reaccions (fer "m'agrada"), realitzar comentaris i compartir la publicació.

S'observa una distribució per gènere similar al de les persones abastades, però amb una lleugera major presència d'homes entre les persones que interactuen amb la pàgina. La distribució per edats també segueix una distribució similar, concentrant-se majoritàriament en els trams d'entre 18 i 24 anys i, especialment, en la franja de 25 a 34 anys. Respecte a la situació de l'informe anterior, ha variat considerablement, en la línia ja comentada abans per a les persones abastades.

Gràfic 11. Distribució per gènere i edats de les persones que han interactuat amb alguna publicació de la pàgina (a 26 de setembre de 2019, en termes mitjans).



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

La Taula 3 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord amb la informació que tenen especificada en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'especifica) de les persones que han realitzat almenys una interacció (reacció, comentari o compartició) en alguna publicació (en termes mitjans). S'observa una dinàmica similar a la comentada respecte les visualitzacions de les personers abastades.

Taula 3. Distribució per país i ciutat d'origen de les persones que han interactuat amb alguna publicació (a 26 de setembre de 2019, en termes mitjans). *

País	Persones abastades (interactuacions)	Ciutat	Persones abastades (interactuacions)
Marroc	86	Tarragona	32
Veneçuela	75	Reus	17
Espanya	67	Caracas (Veneçuela)	11
Equador	25	Quito (Equador)	10
Argentina	21	Casablanca (Marroc)	8
Mèxic	12	Fez (Marroc)	8
Colòmbia	11	Valencia (Veneçuela)	8
Uruguai	3	Marrakech (Marroc)	7
Xile	3	Agadir (Marroc)	7
Perú	3	Tarudant (Marroc)	6
Grècia	2	Tànger (Marroc)	6
Costa Rica	2	Maturín (Veneçuela)	5
Austràlia	2	Maracaibo (Veneçuela)	5
Nicaragua	2	Guayaquil (Equador)	4
França	1	Acarigua (Veneçuela)	4

* Les persones que realitzen interaccions en publicacions no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país o ciutat d'origen. És a dir, les xifres indicades no tenen perquè coincidir amb el nombre total d'interaccions. A més, no es consideren tots els països i ciutats, ja que només es presenten les dades dels països i ciutats que més interaccions aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

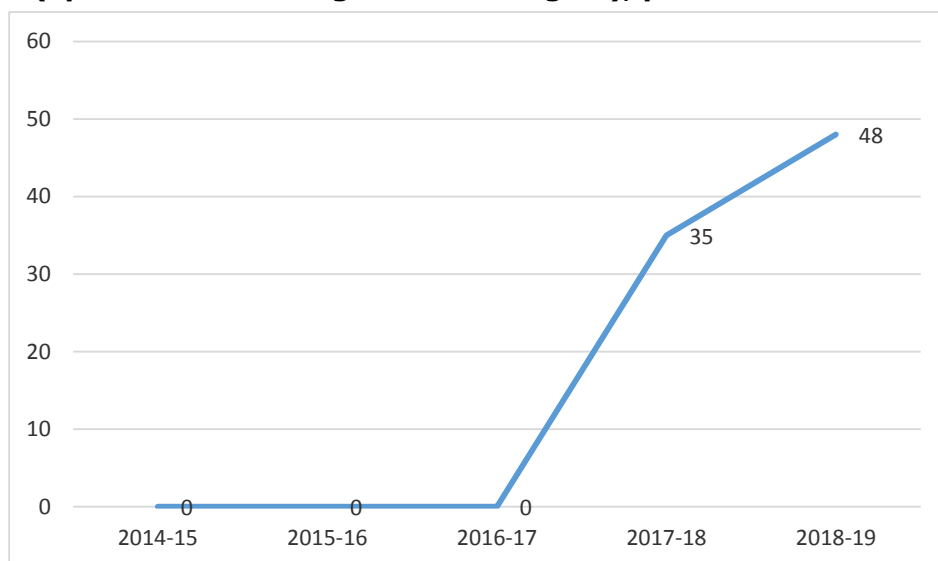
➤ *Missatges*

A l'entorn de l'aplicació Facebook s'entenen com a missatges els comentaris que es fan a les publicacions, i a més les preguntes i/o consultes rebudes mitjançant l'aplicació complementària de missatgeria "Messenger" (que està vinculada a Facebook), de caràcter "privat" (és a dir, els missatges només els veuen els interlocutors, i no es publiquen a la pàgina).

El nivell de missatges rebuts mitjançant l'aplicació de missatgeria "Messenger" de la pàgina de Facebook de la FEE és relativament baix, però amb tendència a anar creixent. Al llarg del curs 2018-19 s'han rebut 48 missatges (el curs 2017-18 van ser 35), tot ells de persones abastades que preguntaven o s'interessaven per alguna qüestió relacionada amb la Facultat (la gran majoria preguntes relacionades amb els màsters). Sempre es respon a aquests missatges facilitant l'adreça on trobar la informació corresponent a la web, i afegint el correu electrònic de la persona de la FEE responsable del tema (coordinadors/es dels màsters, coordinador/a de la borsa de treball, etc.) a qui dirigir-se per concretar la consulta.

El Gràfic 12 mostra l'evolució dels missatges rebuts, observant-se un creixement del 37% respecte el curs anterior.

Gràfic 12. Evolució del nombre de missatges rebuts (aplicació de missatgeria "Messenger"), per curs acadèmic.



Nota: No hi ha dades disponibles per als cursos 2014-15, 2015-16 i 2016-17.

Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

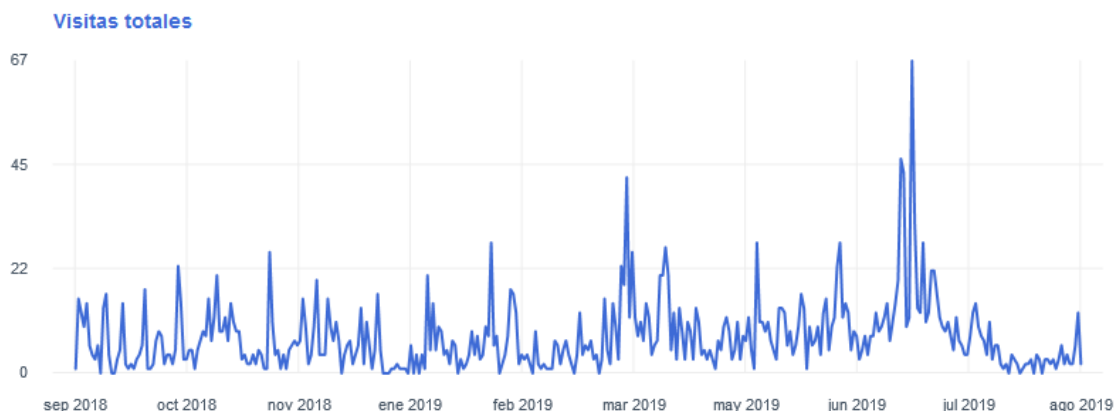
d) Connexió

En aquest apartat s'exposen un conjunt de dades relacionades amb la connectivitat assolida per la pàgina de Facebook de la FEE.

➤ *Visites diàries*

El Gràfic 13 mostra el nombre de persones que visiten la pàgina dia a dia, al llarg del curs acadèmic 2018-19. S'observa que aquest nombre fluctua considerablement, però se situa, en termes mitjans, al voltant de les 15 visites diàries, amb alguns pics considerablement superiors en determinats moments (el més alt arriba prop de les 70 visites diàries a finals de juny de 2019).

Gràfic 13. Evolució del nombre de visites diàries (de l'1 de setembre de 2018 al 31 d'agost de 2019).



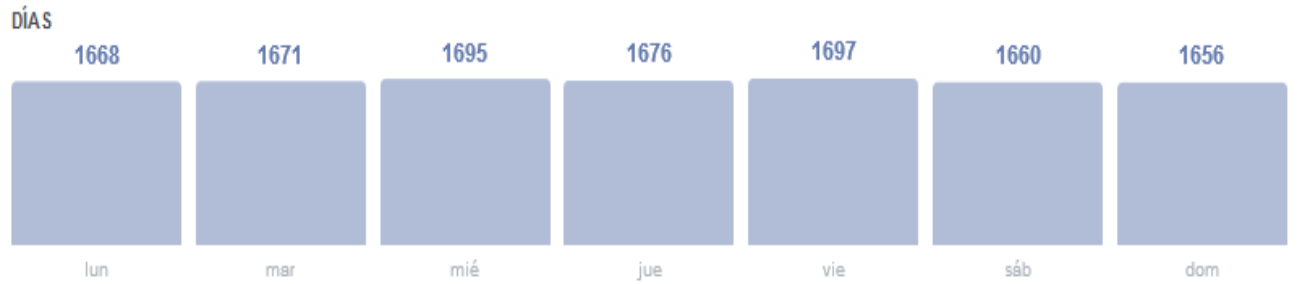
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.



➤ *Dia de la setmana en què els seguidors es connecten a Facebook*

El Gràfic 14 mostra la quantitat de seguidors de la pàgina que es connecten a Facebook per dia de la setmana (sense que necessàriament hagin de visualitzar la pàgina de la FEE).

Gràfic 14. Distribució per dia de la setmana en què els seguidors es connecten a Facebook (a 30 de setembre de 2019, valors mitjans última setmana). *



* La informació considera el nombre de seguidors de la pàgina que es connecten a Facebook (en general) cada dia de la setmana (en termes mitjans), la qual cosa no suposa necessàriament que visitin la pàgina de Facebook de la FEE.

Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

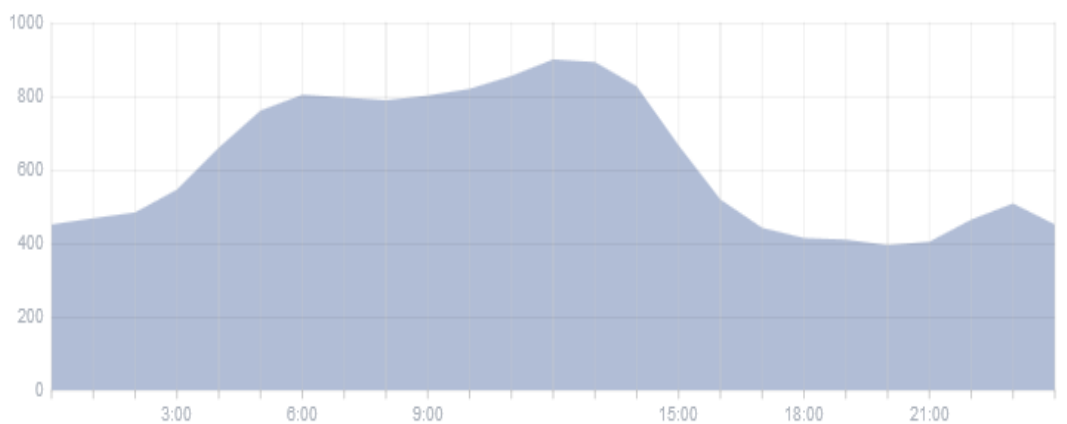
S'observa, en primer lloc, que una gran majoria de seguidors de la pàgina de la FEE (al voltant del 90%) es connecten a Facebook de manera habitual, pràcticament cada dia de la setmana (de dilluns a diumenge). En segon lloc, tot i petites diferències entre els dies de la setmana, les connexions efectuades a Facebook són bastant similars en quantitat per a tots els dies de la setmana. En conjunt, es pot afirmar que la gran majoria de seguidors de la pàgina de la FEE utilitzen, gairebé diàriament, la xarxa social Facebook. En tercer lloc, respecte a l'informe anterior, la situació és molt similar, tot i que s'observa un augment de les xifres de connectivitat en tots els dies de la setmana (conseqüència del major nombre de seguidors que hi ha en l'actualitat respecte el curs anterior).

➤ *Hora del dia en que els seguidors es connecten a Facebook*

El Gràfic 15 mostra la quantitat de seguidors de la pàgina que estan connectats a Facebook per hores del dia. A diferència del que succeïa ara fa un any, s'observa que actualment els seguidors del Facebook de la FEE es connecten principalment per la matinada i el matí (entre les 4 h i les 15 h), amb pics que es produeixen, en termes mitjans, a les 6 h (800 seguidors) i a les 12 h (900 seguidors). No obstant això, el nombre de connexions que s'efectuen per la tarda, al vespre i la nit (entre les 15 h i les 4 h) és també apreciable, ja que el mínim en aquesta franja horària és de 400 seguidors (entre les 17 h i les 22 h i entre les 24 h i les 2 h), amb un lleuger repunt a les 23 h (500 seguidors). Les connexions en horari de matinada (entre les 24 h i les 6 h) vindrien explicades, fonamentalment, per les connexions de seguidors residents en Llatinoamèrica (pel canvi horari).

Gràfic 15. Distribució per hores del dia en que els seguidors es connecten a Facebook (a 30 de setembre de 2019, valors mitjans última setmana). *

HORAS



* La informació considera el nombre de seguidors de la pàgina que estan connectats a Facebook (en general) en una hora determinada del dia (en termes mitjans), la qual cosa no suposa necessàriament que visitin la pàgina de Facebook de la FEE.

Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

e) Posicionament de la pàgina

En aquest apartat s'exposen un conjunt de dades relacionades amb el posicionament de la pàgina de Facebook de la FEE respecte a altres pàgines de Facebook similars.

➤ *Posicionament respecte altres centres i unitats de la URV*

Amb la creació dels perfils institucionals de la URV a les xarxes socials, que es gestiona i coordina des del Gabinet de Comunicació i Relacions Externes de la URV, i atesa la seva gestió descentralitzada, diversos centres i unitats de la URV han creat en els últims anys els seus propis comptes en diferents xarxes socials, incloent Facebook. Es poden consultar els diferents perfils de la URV a les diferents xarxes a: <http://www.urv.cat/ca/universitat/comunicacio/xarxes-socials/perfils/>

Si considerem només els perfils creats a Facebook, la Taula 4 mostra el nombre de seguidors assolit per cada centre o unitat de la URV. Hi ha perfils que per la seva naturalesa i interès disposen d'un major nombre de seguidors (Esports URV, Fundació URV, i Ocupació URV), a més de la pàgina institucional general de la URV; es tracta de pàgines completament diferents a l'activitat desenvolupada per un centre (Facultat o Escola). Dins de la URV, la pàgina següent amb més seguidors ja és la de la Facultat d'Economia i Empresa.



Taula 4. Nombre de seguidors de les pàgines Facebook creades per diferents centres i unitats de la URV (a 30 de setembre de 2019). *

Centre o Unitat de la URV	Data creació pàgina	Nombre de seguidors	Nombre de fans (m'agrada de pàgina)	% Creixement seguidors respecte 30/11/2018
Universitat Rovira i Virgili (pàgina institucional)	8 octubre 2013	18.519	9.186	7,35 %
Àmbits de Coneixement				
Departament d'Infermeria	25 maig 2017	791	745	19,13 %
Departament de Bioquímica i Biotecnologia	14 març 2018	223	210	120,79 %
Unitats i Serveis				
Ocupació URV	8 febrer 2013	5.527	5.471	1,90 %
Fundació URV	6 setembre 2010	3.953	3.890	4,69 %
Esports URV	26 març 2010	2.043	2.005	3,86 %
Consell d'Estudiants	1 febrer 2012	1.730	1.698	0,93 %
Unitat de Comunicació de la Ciència (ComCiència)	25 juny 2013	1.720	1.659	8,93 %
Llengües URV	18 setembre 2014	1.659	1.616	10,53 %
Aula de Cinema	21 febrer 2012	1.486	1.455	1,57 %
Centre Internacional (I-Center)	30 juny 2015	1.345	1.308	13,79 %
Alumni URV	20 febrer 2017	976	925	16,05 %
Observatori de la Igualtat	2 novembre 2012	741	687	13,13 %
URV Emprèn	2 maig 2014	577	536	14,48 %
Campus Terres de l'Ebre	15 novembre 2017	556	528	51,91 %
Publicacions URV	31 agost 2009	423	391	25,89 %
Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació (CRAI)	11 juliol 2017	111	101	56,34 %
Activitats d'Estiu per a Infants i Joves	28 maig 2018	103	89	98,08 %
Facultats i Escoles				
Facultat d'Economia i Empresa	31 març 2014	1.901	1.871	5,14 %
Facultat d'Enologia	16 setembre 2015	1.676	1.648	1,95 %
Facultat de Turisme i Geografia	31 abril 2015	1.381	1.307	10,48 %
Facultat de Química	23 febrer 2012	1.283	1.247	3,72 %
Facultat de Medicina i Ciències de la Salut	15 juliol 2015	857	850	16,28 %
Facultat de Ciències Jurídiques	5 febrer 2017	517	500	1,77 %
Escola Tècnica Superior d'Arquitectura	1 juny 2016	436	417	6,08 %
Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	3 maig 2016	401	391	1,26 %
Facultat de Ciències de l'Educació i Psicologia	9 abril 2018	242	230	55,13 %

* No s'inclouen les pàgines de docència (vinculades bàsicament a màsters), ni les de recerca (vinculades a grups de recerca), ni les de les càtedres URV.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook de la URV, integrades en el perfil institucional URV.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.



Per tant, considerant només els perfils corresponents a centres de la URV (Facultats i Escoles), cal destacar el bon posicionament de la pàgina Facebook de la FEE, ja que és el centre de la URV que continua tenint el major nombre de seguidors. A més, comparant les dades actuals amb les de l'informe anterior, la pàgina de Facebook de la FEE és la que presenta una major capacitat de creixement, ja que és un dels centres de la URV que, en nombre absolut, més ha augmentat la quantitat de seguidors al llarg del curs 2018-19; tot i que no en nombre relatiu, ja que hi ha altres centres que presenten un percentatge de creixement major respecte les dades del 30 de novembre de 2018 (úniques disponibles), la qual cosa s'explica pel fet que aquests centres partien d'un nombre de seguidors bastant més baix.

➤ *Posicionament respecte d'altres universitats*

La utilització de les xarxes socials, i entre elles la de Facebook, és generalitzada actualment en l'àmbit universitari. Són, doncs, diverses, tot i que no totes, les Facultats d'Economia i Empresa (de denominació similar o que integren els ensenyaments d'economia i/o empresa) de la universitat espanyola que disposen de perfil oficial de Facebook.

A la Taula 5 es recull el nombre de seguidors de les pàgines Facebook de les Facultats d'Economia i Empresa de les universitats espanyoles, tant públiques com privades. De fet, en el present informe, a diferència de l'anterior, s'inclouen tots els centres espanyols integrats a CONFEDe (Conferència de Deganes i Degans d'Economia i Empresa) als quals s'han afegit centres que imparteixen ensenyaments afins o assimilables a l'àmbit d'economia i empresa. I això, disposin o no pàgina de Facebook, per tal de disposar d'una visió de conjunt completa (s'han considerat dos centres que no disposen de pàgina oficial, però si d'una pàgina no oficial, habitualment gestionada per estudiants o per exestudiants). Es considera que una pàgina és oficial quan està gestionada, directament o indirecta, per l'equip directiu del centre corresponent. També, per contextualitzar el temps en què s'han acumulat els seguidors, s'afegeix la data de creació de les pàgines.

Al tractar-se de Facultats amb dimensions diferents, per poder-les comparar s'incorpora també el nombre d'estudiants matriculats en el curs 2018-19, la qual cosa, tot i que els seguidors de les pàgines Facebook no necessàriament han de ser estudiants, permet contextualitzar el nombre de seguidors de cada pàgina respecte la dimensió de cada centre, mitjançant el càlcul del que hem denominat "Ràtio seguidors / estudiants". Aquesta ràtio, quan és inferior al 100%, indica el percentatge que la pàgina de Facebook del centre en qüestió assoleix sobre el seu volum d'estudiants. Quan la ràtio supera el 100%, està indicant que la pàgina de Facebook d'aquell centre sobrepassa el volum d'estudiants i, per tant, presenta una major projecció sobre la societat en general.

S'observa, a la Taula 5, que la pàgina de Facebook de la FEE està molt ben posicionada, ja que és de les poques que sobrepassa la seva dimensió en funció del nombre d'estudiants. I se situa en quinzena posició en el rànquing del nombre de seguidors (cal tenir en compte que en aquest informe es consideren centres que no es van considerar en l'informe anterior).



Així, en la ràtio seguidors / estudiants la pàgina de Facebook de la FEE-URV se situa en cinquena posició en el rànquing de totes les Facultats de l'àmbit de l'economia i l'empresa i afins espanyoles (tant públiques com privades). En aquest sentit, només superen a la FEE-URV: 1) EAE Business School (centre privat adscrit a la UPC), 2) ESADE Business School (centre privat de la URL), 3) EUNCET Business School (centre privat adscrit a la UPC), 4) Mid Atlantic Business School (de la Universidad del Atlántico Medio, universitat privada ubicada a Las Palmas de Gran Canaria), i a continuació se situa ja la Facultat d'Economia i Empresa de la URV; és a dir, sense considerar les quatre escoles de negoci privades que hi ha pel davant, la FEE-URV se situaria en primer lloc de la resta de centres públics.

Això implica, a més, que amb les dades actuals i en comparació amb l'informe anterior, la pàgina de Facebook de la FEE ha superat en aquesta ràtio a la Facultat de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Córdoba, que en aquella ocasió era la que se situava en primer lloc, just per davant de nosaltres.

Tal com s'observa a la Taula 5, bastants dels centres considerats no disposen de pàgina oficial de Facebook (fonamentalment són centres d'universitats privades i algun, pocs, de públiques). Les principals raons que expliquen aquest fet són:

- Disposen únicament d'una pàgina de Facebook institucional de la universitat, on s'informa de les diverses activitats i notícies de les seves diferents facultats i ensenyaments. És la pràctica habitual de la majoria d'universitats privades que no disposen de pàgina pels estudis d'economia i empresa.
- En lloc d'apostar pel Facebook, han preferit apostar per altres xarxes socials, com ara Twitter i/o Instagram, com seria el cas de la Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i de la Facultat de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), entre d'altres.
- No disposen de cap tipus de xarxa social.



Taula 5. Rànquing de les pàgines de Facebook de les Facultats d'Economia i Empresa (i assimilables) de les universitats espanyoles, per nombre de seguidors (a 30 de setembre de 2019). *

Centre i Universitat	Data creació pàgina	Nombre de seguidors (A)	Nombre d'estudiants 18-19 (B)	Ràtio seguidors / estudiants (A/B)
EAE Business School, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	2 febrer 2010	132.672	3.964	3.346,92 %
ESADE Business School, Universitat Ramon Llull (URL)	3 gener 2008	72.083	4.337	1.662,05 %
EUNCET Business School, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	3 abril 2012	10.889	3.964	274,70 %
Facultat d'Economia, Universitat de València (UV)	28 març 2012	7.798	9.751	79,97 %
Facultat de Ciències Socials de Manresa, Universitat de Vic (UVIC-UCC)	17 maig 2011	5.520	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid (UCM)	10 agost 2009	4.963	14.925	33,25 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de Barcelona (UB)	6 setembre 2010	4.113	14.656	28,06 %
IQS School of Management, Universitat Ramon Llull (URL)	11 gener 2011	3.709	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga (UMA)	22 novembre 2013	3.397	12.792	26,56 %
Facultad de Comercio, Universidad de Valladolid (UVA)	30 juny 2011	2.806	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada (UGR)	6 març 2015	2.788	10.334	26,98 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto (UDE)	2 juny 2011	2.463	3.266	75,41 %
Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba (UCO)	14 juliol 2014	2.316	2.592	89,35 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla (US)	31 març 2011	1.978	11.675	16,94 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Rovira i Virgili (URV)	31 març 2014	1.901	1.387	137,06 %
Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, Universidad de Alcalá de Henares (UAH)	27 octubre 2010	1.815	5.064	35,84 %
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Melilla, Universidad de Granada (UGR)	15 octubre 2012	1.426	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, Universidade de Vigo (UVIGO)	18 febrer 2010	1.403	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz, Universidad de Extremadura (UNEX)	1 setembre 2013	1.395	1.686	82,74 %
ETEA: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Loyola Andalucía (ULA)	26 octubre 2010	1.344	2.112	63,64 %
Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos de Gijón, Universidad de Oviedo (UNIOVI)	4 març 2013	1.268	n. d.	n. d.
Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)	15 gener 2014	1.231	1.406	87,55 %
Facultad de Empresariales, Mondragon Unibersitateea (UMON)	10 setembre 2010	1.145	2.774	41,28 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cádiz (UCA)	25 desembre 2014	1.070	7.894	13,55 %
Estudis d'Economia i Empresa, Universitat Oberta de Catalunya (UOC)	17 novembre 2015	1.060	20.596	5,15 %
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	10 abril 2013	1.041	n. d.	n. d.
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	8 novembre 2017	1.005	8.197	12,26 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería (UAL)	22 febrer 2013	986	5.426	18,17 %
Facultad de Empresa y Gestión Pública de Huesca, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	27 març 2012	937	n. d.	n. d.
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Murcia (UM)	26 octubre 2017	897	3.872	23,17 %

Centre i Universitat	Data creació pàgina	Nombre de seguidors (A)	Nombre d'alumnes 18-19 (B)	Ràtio seguidors / alumnes (A/B)
Facultad de Ciencias de la Empresa, Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)	17 octubre 2011	882	1.322	66,72 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Navarra (UNAV)	26 maig 2011	876	3.944	22,21 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid (UAM)	2 novembre 2010	867	3.270	26,52 %
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Universitat de Girona (UdG)	7 juny 2013	852	3.391	25,13 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (UCV)	9 febrer 2015	830	786	105,60 %
Facultad de Ciencias Sociales de Talavera, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	30 juliol 2017	821	n. d.	n. d.
Mid Atlantic Business School, Universidad del Atlántico Medio (MIDATLANTIC)	16 abril 2012	727	234	310,68 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León (UNILEON)	14 juliol 2011	721	2.822	25,55 %
Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques, Universitat Jaume I de Castelló (UJI)	10 desembre 2015	698	5.032	13,87 %
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela, Universidad Miguel Hernández (UMH)	2 setembre 2015	688	3.208	21,45 %
Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales, Universidad San Jorge, de Zaragoza (USJ)	16 octubre 2016	658	650	101,23 %
Facultad de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria, Universidad de Valladolid (UVA)	13 juny 2010	578	n. d.	n. d.
Facultat de Ciències Econòmiques i Socials, Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	16 novembre 2011	510	1.293	39,44 %
Facultad de Administración y Dirección de Empresas de Lugo, Universidade de Santiago de Compostela (USC)	19 febrer 2013	375	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	21 febrer 2014	370	1.124	32,92 %
Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de Segovia, Universidad de Valladolid (UVA)	15 octubre 2015	356	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Valladolid (UVA)	17 març 2015	329	8.054	4,08 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pública de Navarra (UPNA)	28 setembre 2016	263	3.436	7,65 %
Facultat de Dret, Economia i Turisme, Universitat de Lleida (UdL)	4 octubre 2016	193	1.742	11,08 %
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Teruel, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	23 març 2011	178	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Huelva (UHU)	Pàgina no oficial	155	3.094	5,01 %
Facultad de Administración y Dirección de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia (UPV)	12 març 2018	150	4.070	3,68 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Salamanca (USAL)	28 maig 2019	129	2.117	6,09 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Oviedo (UNIOVI)	Pàgina no oficial	123	5.597	2,20 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Burgos (UBU)	10 juny 2013	118	1.456	8,10 %
Facultade de Economía e Empresa, Universidade da Coruña (UDC)	19 juny 2017	101	4.932	2,05 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de les Illes Balears (UIB)	21 novembre 2017	65	3.882	1,67 %
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de La Rioja (UNIRIOJA)	9 març 2012	33	1.200	2,75 %
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Rey Juan Carlos (URJC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	12.493	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	15.949	n. d.
Facultad de Economía y Empresa (Bilbao, San Sebastián, Vitoria), Universidad del País Vasco (UPV/EHU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	13.222	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidade de Vigo (UVIGO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	7.390	n. d.



Centre i Universitat	Data creació pàgina	Nombre de seguidors (A)	Nombre d'alumnes 18-19 (B)	Ràtio seguidors / alumnes (A/B)
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	7.356	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante (UA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	6.815	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – ICADE, Universidad Pontificia de Comillas (COMILLAS)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	5.884	n. d.
Facultad de Económicas y Empresariales, Universidade de Santiago de Compostela (USC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	5.565	n. d.
Administración de Empresas y Economía, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	5.210	n. d.
Economía y Empresa, Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	4.882	n. d.
Facultad de Administración y Dirección de Empresas, IE Universidad, de Segovia (IEU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	4.681	n. d.
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Pompeu Fabra (UPF)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	4.016	n. d.
Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Universidad de La Laguna (ULL)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.982	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.912	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad CEU San Pablo de Madrid (USP-CEU)	23 Juliol 2014	n. d.	3.896	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Jaén (UJAEN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.708	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cantabria (UNICAN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.544	n. d.
Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (UFV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.236	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, Universidad Miguel Hernández (UMH)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.208	n. d.
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Pablo de Olavide (UPO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.058	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Europea de Madrid (UEM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.818	n. d.
Facultat d'Empresa i Comunicació, Universitat de Vic (UVIC-UCC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.300	n. d.
Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.856	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Antonio de Nebrija (UAN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.620	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.580	n. d.
Facultad de Derecho, Empresa y Ciencias Políticas, Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia (UCH-CEU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.559	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Abat Oliba CEU (UAO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	834	n. d.
Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, Universidad Camilo José Cela (UCJC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	814	n. d.
Ciencias del Seguro, Jurídicas y de la Empresa, Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	812	n. d.
Empresa, Universidad Internacional de Valencia (VIU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	724	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila (UCAV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	720	n. d.
Estudis de Màster, Universidad Europea de Canarias (UEC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	528	n. d.
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Europea del Atlántico, de Santander (UEA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	512	n. d.
Administración y Dirección de Empresas, Universidad Internacional Isabel I de Castilla (Ui1)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	504	n. d.
Estudis de Màster i Doctorat, Universidad Politécnica de Madrid (UPM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	480	n. d.
Estudis de Màster, Universidad Europea de Valencia (UEV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	464	n. d.



Centre i Universitat	Data creació pàgina	Nombre de seguidors (A)	Nombre d'alumnes 18-19 (B)	Ràtio seguidors / alumnes (A/B)
Estudios Sociales y Jurídicos, Universidad Alfonso X El Sabio (UAX)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	254	n. d.
Estudis de Màster, Universidad Fernando Pessoa - Canarias (UFP-C)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	34	n. d.
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Ciudad Real, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	n. d.	n. d.
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	n. d.	n. d.

* S'inclouen totes les Facultats espanyoles integrades a CONFEDe i d'altres afins a l'àmbit d'Economia i Empresa (tant públiques com privades).

El nombre d'alumnes és una dada orientativa, ja que fa referència a les assignacions i no a matrícules efectives; a més, les dades es proporcionen de forma global per facultat o centre (incloent centres adscrits), motiu pel qual no es pot desglossar per les diferents ubicacions d'una mateixa facultat.

n. d. = Dada no disponible.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook i de l'informe "Avance de la estadística de estudiantes universitarios, curso 2018-2019" del Ministerio de Educación y Formación Profesional i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (<http://estadisticas.mecd.gob.es/>).

Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

4. VALORACIÓ

La valoració global de la pàgina de Facebook de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV en la seva evolució al llarg del curs acadèmic 2018-19 és altament positiva, ja que s'ha assolit amb escreix l'objectiu general plantejat, és a dir, fer difusió de les diverses activitats i actes que es realitzen a la Facultat, i augmentar així la visibilitat social de les tasques que s'hi duen a terme.

També s'han anat assolint els diferents subobjectius establerts:

- Difondre informació sobre les activitats docents, acadèmiques i investigadores de la FEE.
- Cohesionar la comunitat de la FEE.
- Posicionar-nos com a referència i prescriptors en els àmbits de l'economia i l'empresa.
- Donar visibilitat als treballs de recerca i a les publicacions del professorat de la FEE.
- Comunicar activitats rellevants de la FEE.
- Captar talent.
- Donar visibilitat a la FEE i a les activitats que s'hi fan.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines vinculades a la Universitat i la Facultat.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines relacionades amb l'economia i l'empresa
- Difondre el coneixement de l'economia i l'empresa al públic general.



Si fem un resum de les dades comentades en aquest informe, es pot concloure que, al llarg del curs 2018-19:

- S'ha donat un creixement sostingut del nombre de seguidors, del 5,15%, amb 111 nous seguidors, arribant als 1.864 (1 de setembre de 2019), i als 1.901 (30 de setembre de 2019).
- Han crescut els seguidors de les diverses tipologies que suposen el públic objectiu de la pàgina.
- El seguidor tipus és un jove d'entre 25 i 34 anys (amb una lleugera major presència de dones), i majoritàriament del Camp de Tarragona.
- Cal destacar el nombre de seguidors d'altres països, especialment de Llatinoamèrica; en concret de: Equador, Veneçuela, Argentina, Mèxic, Perú i Colòmbia (els mateixos i pel mateix ordre que en l'informe anterior).
- Analitzant l'abast de les publicacions, s'observa el gran impacte que tenen les publicacions de pagament que fa l'empresa INCUBALIA, per promocionar els màsters de la Facultat. En dies puntuals al llarg d'aquesta campanya s'ha arribat a pics que sobrepassen les 11.000 (11k) visualitzacions diàries, situant-se els valors mitjans en unes 6.000 (6k) visualitzacions diàries. Per tant, són publicacions molt vistes.
- En termes mitjans el nombre de visualitzacions diàries de les publicacions orgàniques ha crescut moderadament respecte l'informe anterior.
- El nivell d'interactuació dels seguidors, i d'altres persones que puguin veure les publicacions és relativament baix, tot i que també ha augmentat moderadament respecte a l'informe anterior.
- La pàgina Facebook de la FEE continua sent la que té més seguidors d'entre tots els centres (Facultats i Escoles) de la URV que disposen d'aquesta xarxa social.
- Si comparem la pàgina de la FEE-URV amb la d'altres facultats assimilables d'universitats espanyoles que disposen d'aquesta xarxa social, s'observa que també està molt ben posicionada, sent una de les que té més seguidors considerant la seva dimensió.

En definitiva, la pàgina de Facebook de la FEE ha contribuït a difondre els actes i les activitats realitzades, no només entre els membres de la comunitat universitària (professorat, PAS, i estudiants), sinó també entre la societat i ciutadania interessada. Ha permès també captar potencials estudiants, especialment de màster. També ha assolit millorar el sentiment de pertinença dels membres de la comunitat universitària de la Facultat. En conseqüència, la pàgina de Facebook de la FEE s'està mostrant com un important canal d'informació i de difusió de l'activitat realitzada i, que cada cop més, a mesura que va creixent el nombre de seguidors, augmenta progressivament aquesta importància comunicativa i de generació d'imatge. Per tot l'exposat, es pot fer una valoració molt positiva.