

# MÀSTERS I POSTGRAUS INFORME FINAL

UNITAT D'IMATGE CORPORATIVA I MÀRQUETING

# ÍNDEX

PUNTS CLAU	03
DESCRIPCIÓ	04
PUNTS DESTACATS	06
IMATGE DE CAMPANYA	07
ESTRUCTURA	09
RESULTATS	12
ANUNCIS DE PAGAMENT	18
ALTRES ACCIONS	25
CRM	33
DESPESES	41
CONCLUSIONS I PROPOSTES	43

# PUNTS CLAU

## OBJECTIU

- Generar preinscripcions als màsters universitaris i, en paral·lel als postgraus propis.
- Donar a conèixer l'oferta d'estudis de màsters i postgraus de forma conjunta
- Generar tràfic al web d'estudis
- Generar coneixement de marca (mig i llarg termini)

## CALENDARI

- Latam: Del 5 de febrer al 10 d'abril
- Espanya i Catalunya: Del 5 de març al 15 de setembre

## PRESSUPOST

- Pressupost campanya genèrica:
  - 63.265 €
- Pressupost campanya específics:
  - 13.349 €
- Pressupost Latam:
  - 14.072,34 €

## SEGMENTACIÓ LATAM

Argentina, Colòmbia, Equador, Mèxic, Paraguai, Perú, Veneçuela, Xile.

## PÚBLIC

- Graduats i estudiants a punt de graduar-se, interessats a fer un màster per introduir-se al mercat laboral o bé iniciar la seva carrera de recerca. Joves entre 21 i 30 anys.
- Graduats i professionals, interessats en cursar un màster per millorar la seva carrera professional o per reorientar-se laboralment. Franja d'edat més àmplia, fins als 45 anys.

# DESCRIPCIÓ CAMPANYA

## CAMPANYA GENÈRICA

- Anuncis per a cerques genèriques

*Ex: màsters a Barcelona, postgraus a Barcelona*

Busquen impactar als usuaris que realitzen cerques poc definides i el porten a la pàgina de màsters i postgraus incloent tots els resultats (universitaris i propis).

Els anuncis porten l'usuari a la pàgina de màsters i postgraus

## CAMPANYA DE MARCA

*Ex: màsters a la Universitat de Barcelona, postgraus a la UB*

Busca impactar els usuaris que volen fer un màster a la Universitat de Barcelona. Dirigim els usuaris al cercador sense filtres (a tota l'oferta de màsters i postgraus)

## CAMPANYA D'ÀMBIT O TEMÀTICA

- Anuncis per a cerques que inclouen algun àmbit o temàtica

*Ex: màsters de pedagogia, màsters d'alimentació, etc.*

Els anuncis porten l'usuari a la pàgina de màsters amb el filtre corresponent segons l'àmbit o temàtica cercada per a què vegi el llistat dels **màsters universitaris d'aquest àmbit**.

## CAMPANYA ESPECÍFICA

- Anuncis per a promocionar **deu màsters universitaris prèviament seleccionats** per donar-los visibilitat i aconseguir públic.

Els anuncis d'aquesta campanya s'adreça directament a la fitxa del màster institucional promocionat.

# MÀSTERS AMB CAMPANYA ESPECÍFICA

- AQÜICULTURA
- CIÈNCIA I GESTIÓ INTEGRAL DE L'AIGUA
- EDUCACIÓ EN TERRITORIS RURALS
- ESTUDIS AVANÇATS EN ARQUEOLOGIA
- ESTUDIS AVANÇATS EN LITERATURA ESPANYOLA I HISPANOAMERICANA
- ESTUDIS JURÍDICS ESPECIALITZATS
- HISTÒRIA ECONÒMICA
- HUMANITATS DIGITALS
- METEOROLOGIA
- MODELITZACIÓ COMPUTACIONAL ATOMÍSTICA I MULTIESCALA EN FÍSICA, QUÍMICA I BIOQUÍMICA

# PUNTS DESTACATS



Augment d'un 6,7% de les preinscripcions a màsters universitaris.



Augment de la visibilitat de màsters propis i màsters a potenciar.



La campanya CPC ha contribuït en un 20,7% de les preinscripcions totals.



Un 10,6% de les preinscripcions havien emplenat el formulari de petició d'informació (juny-set.)

# IMATGE DE CAMPANYA

Nou concepte creatiu centrat en vídeo:

**Objectius:**

- **Diferenciació de la competència**, sense perdre els valors UB i els nostres arguments de venda (prestigi, lideratge, pluralitat, etc..).
- **Missatge positiu/esperançador**: En un context tant canviant, i de vegades incert, volem potenciar un missatge positiu: *La UB et dona les eines necessàries per a que puguis afrontar el futur des d'un punt de vista esperançador i prometedor, i lligat als valors UB.*
- **Prioritzem video/suports dinàmics**: Els resultats de campanyes anteriors i les tendències actuals indiquen que el format vídeo regna per sobre del format estàtic en plataformes digitals.



# IMATGE DE CAMPANYA

També es van realitzar imatges estàtiques per a la campanya per donar suport als anuncis en vídeo i per als suports i canals que ho precisen.





# ESTRUCTURA

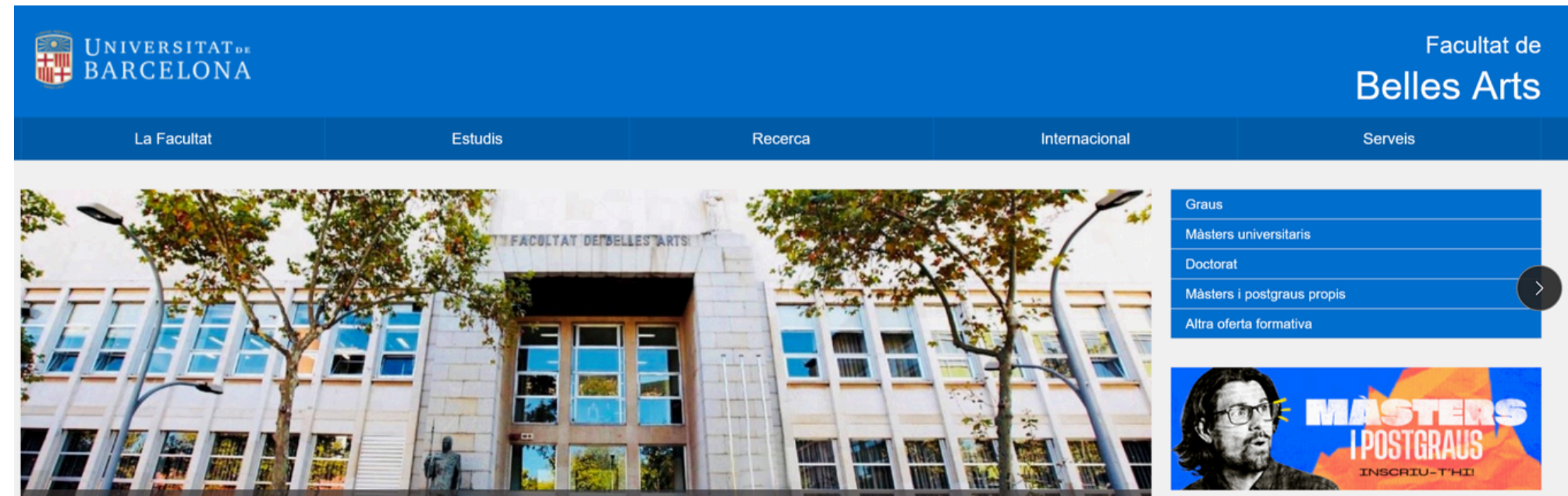
## CAMPANYA INTERNA

### MITJANS ONLINE

- Bàners de difusió i/o notícies a:
  - Butlletí La UB al dia,
  - App SocUB
  - Webs de Facultats, Portal de l'Estudiant i AlumniUB
  - Promocions al cercador del web UB
- Expositors digitals - Circuit de Facultats.

### MITJANS OFFLINE

- Lones i torretes a totes les facultats
- Lona - Façana Edifici Històric
- Postals de difusió



# ESTRUCTURA

## CAMPANYA EXTERNA

### MITJANS ONLINE

#### Anuncis de pagament (CPC)

- Anuncis de cerca - Google Adwords
- Anuncis a Xarxes Socials.
  - Meta (Facebook i Instagram)
  - Spotify, Tik Tok, Youtube
- Anuncis de programàtica

#### Convenis

- Bàners a El Punt Avui, El Crític, La Cultura no val res, 20 Minutos, Via Empresa, El Nacional, El Món / Món Economia, Tot Barcelona, Nació Digital
- Expositors digitals - Circuit de Cinemes

### MITJANS OFFLINE

#### Publicitat Exterior

- FFGG (140 cartells - interior trens)

#### Convenis

- Publicitat impresa a El Periódico, El Punt Avui, Ara, 20 Minutos, El Economista, Guia Màsters i Món Empresarial.



#### Patrocinat



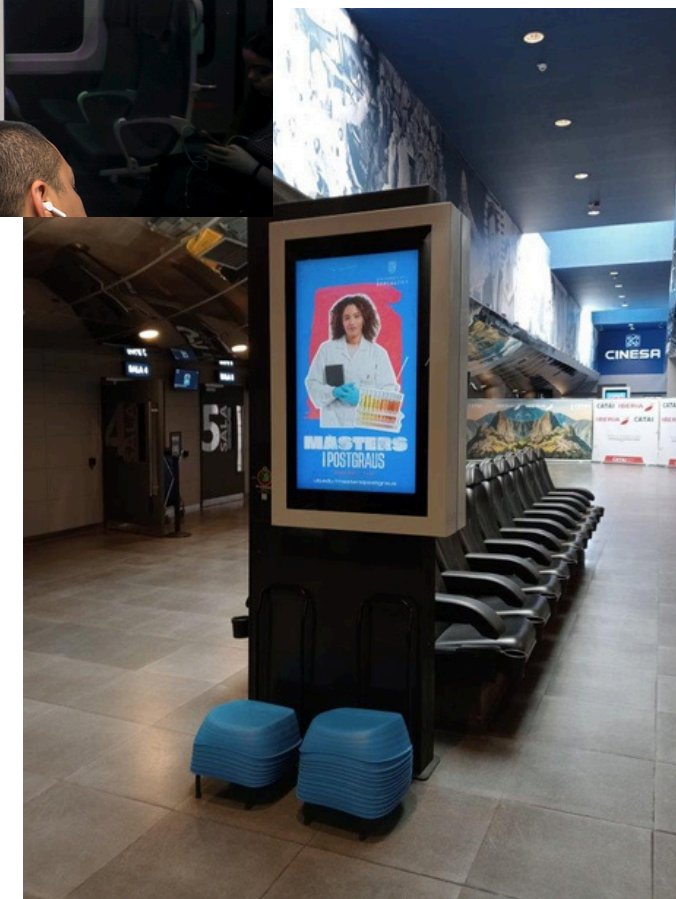
ub.edu

<https://www.ub.edu> > màsters\_ub

#### Preinscripcions obertes - Masters UB | Màsters i Postgraus

Descobreix la nostra àmplia oferta formativa en **màsters**, postgraus i formació permanent

[Ciències Socials](#) · [Salut](#) · [Humanitats](#) · [Educació](#) · [Enginyeries](#)



# ESTRUCTURA

## CAMPANYA ESPECÍFICA (10 MÀSTERS A POTENCIAR)

### MITJANS ONLINE

#### Anuncis de pagament (CPC)

- Anuncis de cerca - Google Adwords
- Anuncis a Xarxes Socials segons el màster:
  - Meta (Facebook i Instagram) i LinkedIn

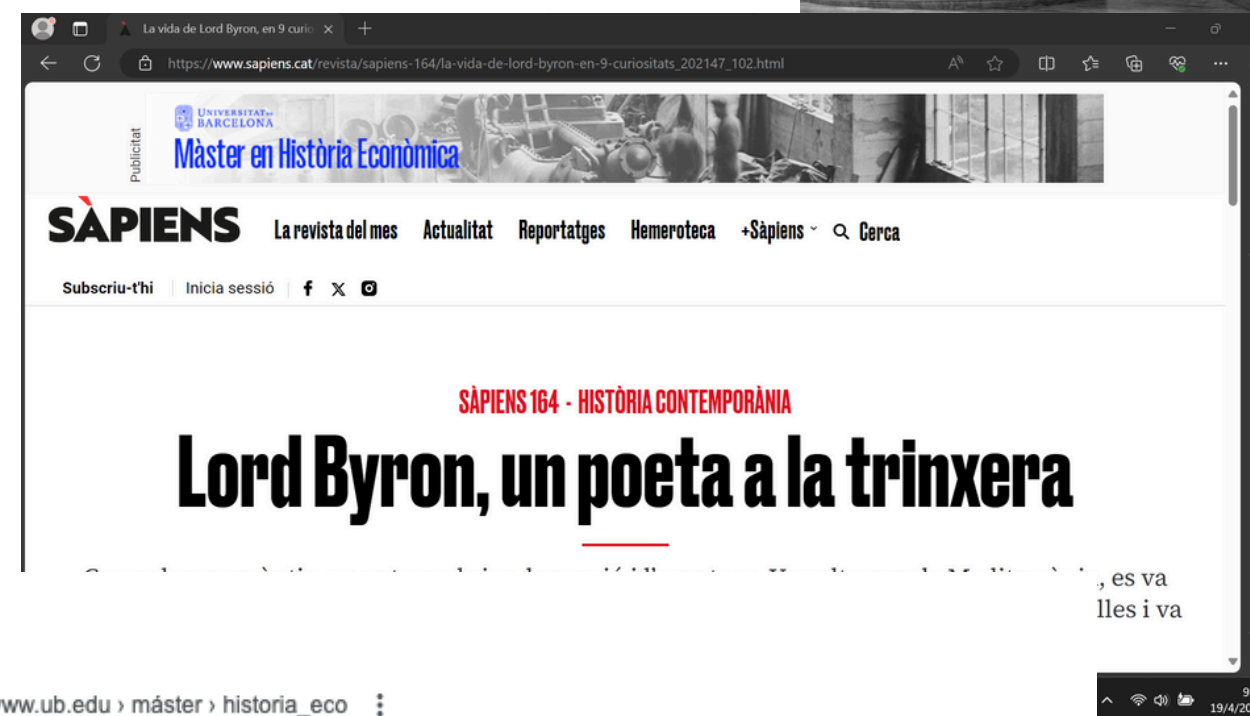
S'han fet creativitats específiques per aquests anuncis.

#### Convenis

- S'han cedit espais a mitjans especialitzats afins al públic objectiu d'alguns màsters:
  - Reportatges a el Diari de l'Educació i El Crític
  - Bàners o anuncis a Sàpiens, La Cultura no val res, El Economista, El Món / Món Economia.

#### ACCIONS DE REFORÇ

- Contraportada i xarxes socials a la revista Desperta Ferro.
- Butlletí, xarxes socials i baner a Mispeces.com



Patrocinado

ub.edu  
<https://www.ub.edu> > màster > historia\_eco

#### Màster en Història Econòmica

UB. 1a Universidad de España — Análisis del desarrollo económico a largo plazo | Asignaturas con enfoque pluridisciplinar. Instituciones económicas | Sostenibilidad | Desigualdad | Historia industrial | Contáctanos.

# RESULTATS



# RESULTATS

## AUGMENT DE LES PREINSCRIPCIONS EN MÀSTERS UNIVERSITARIS

Segons les dades de màsters universitaris, hi ha hagut un augment del 6,7% en la preinscripció respecte l'any passat, aconseguint una **xifra rècord de preinscripcions**.

## AUGMENT DE LES PREINSCRIPCIONS EN LA MAJORIA DE MÀSTERS A POTENCIAR

Els resultats han estat desiguals, però la majoria de màsters ha augmentat la preinscripció i s'han aconseguit bons resultats en les campanyes pel que fa la visibilitat.

## VISIBILITAT AL WEB DE MÀSTERS I POSTGRAUS

La campanya adreça als usuaris a la pàgina institucional d'Estudis de la UB, donant una major visibilitat tant als màsters universitaris com als propis. Ha representat la segona (Google) i cinquena (Meta) font de tràfic a la pàgina del cercador (en els tres idiomes).

# RESULTATS

## AUGMENT DE LES PREINSCRIPCIONS EN MÀSTERS UNIVERSITARIS

Segons les dades de preinscripció de màsters universitaris, hi ha hagut un **augment del 6,7%** en la preinscripció, aconseguint una **xifra rècord de preinscripcions**.

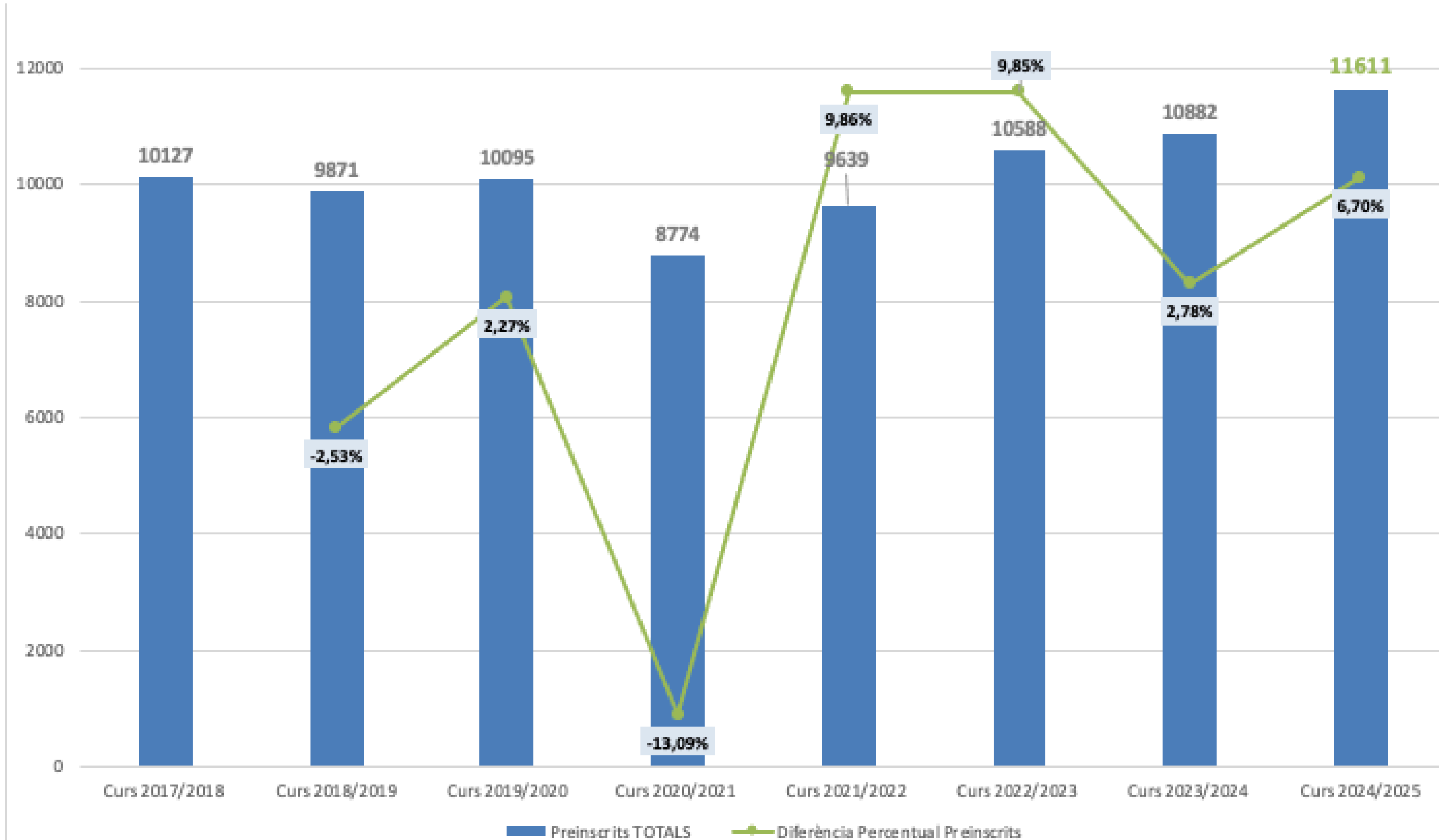


	CURS 2023/2024	Curs 2024/2025	Diferència	
Preinscripcions Totals	10882	<b>11611</b>	729	6,70%
Preinscripcions Pagades	9090	<b>9418</b>	328	3,61%

*Dades de preinscripcions totals, a data 30 de setembre, facilitades per Gestió Acadèmica*

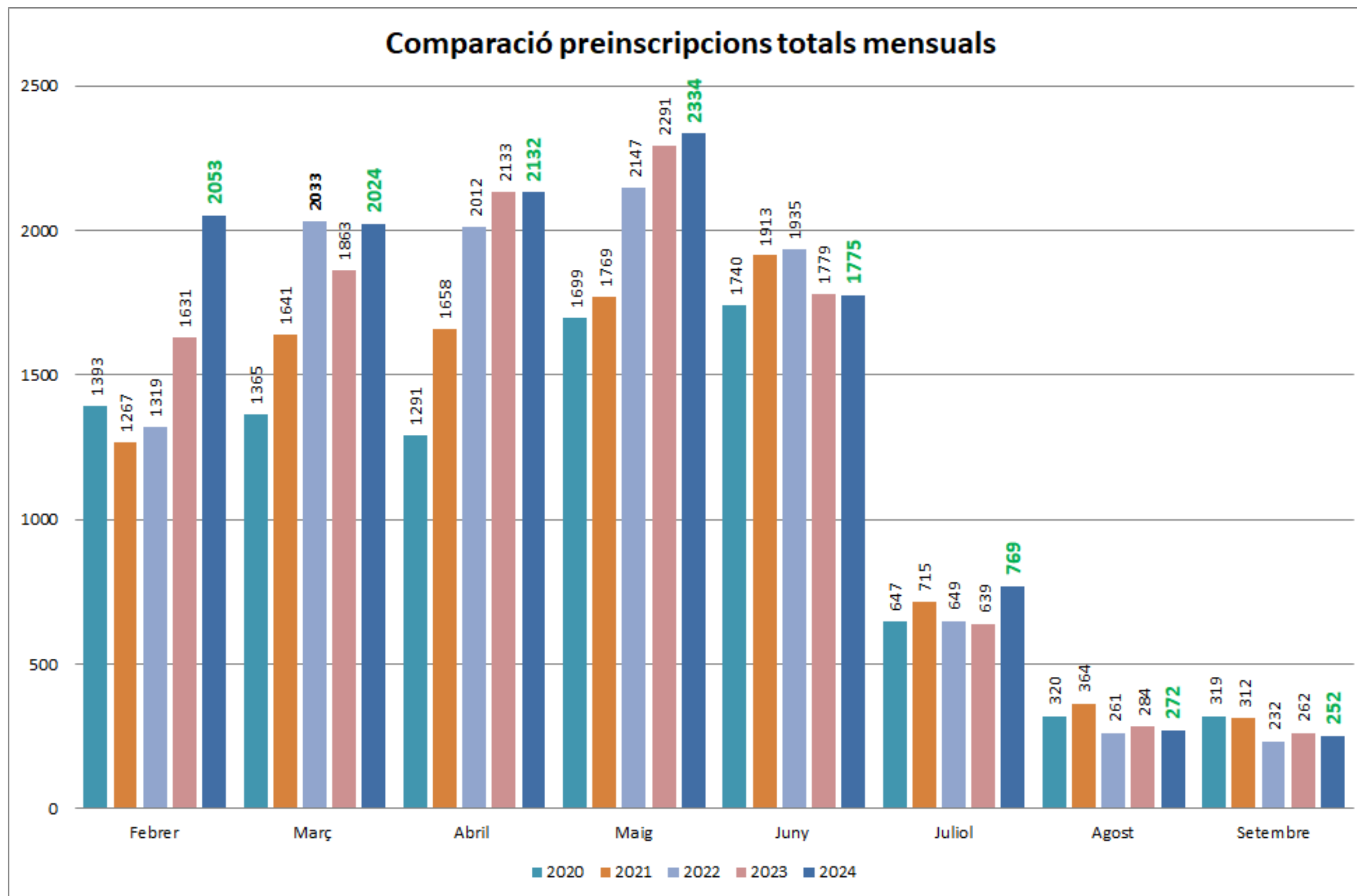
# RESULTATS

## HISTÒRIC DE PREINSCRIPCIONS (UNIVERSITARIS)



# RESULTATS

## HISTÒRIC PREINSCRIPCIÓ MENSUAL (UNIVERSITARIS)





# RESULTATS

## AUGMENT DE LES PREINSCRIPCIONS EN LA MAJORIA DE MÀSTERS A POTENCIAR

Els resultats han estat desiguals, però la majoria de màsters ha augmentat la preinscripció i s'han aconseguit bons resultats pel que fa les impressions i clics.

Màster	Places	Preinscrits 2023	Preinscrits 2024	Diferència
Aqüicultura	25	45	88	43
Ciència i Gestió Integral de L'Aigua	25	48	85	37
Educació en Territoris Rurals	50	20	40	20
Estudis Avançats en Arqueologia	20	38	39	1
Estudis Avançats en Literatura Espanyola i Hispanoamericana	25	113	112	-1
Estudis Jurídics Especialitzats (reformulat)	30	44	25	-19
Història Econòmica	25	46	47	1
Humanitats Digitals	25	87	104	17
Meteorologia	20	33	34	1
Modelització Computacional Atomística i Multiescala en Física, Química i Bioquímica	25	33	49	16

Dades de preinscripcions totals, a data 30 de setembre, facilitades per Gestió Acadèmica

# ANUNCIS DE PAGAMENT

(CAMPANYA CPC)



# ANUNCIS DE PAGAMENT

## CONVERSIONS CAMPANYA CPC GENÈRICA LLATINOAMÈRICA

- **Resultat global: 231 conversions a 43,92**
  - Les dades suposen un **augment respecte als resultats obtinguts en anys anteriors** (165 conversions a 35,99 € el 2023)
  - No obstant, **ha augmentat un 25,7% el CPA** (cost per adquisició). Cal tenir en compte que la campanya ha durat dos mesos més respecte l'any passat i, ha contribuït la campanya específica dels màsters a potenciar.

	Pressupost	Conversions Totals	Cost per conversió
<b>Google Ads Search</b>	7.070,54 €	200,38	35,29 €
<b>Meta Prospecció</b>	1.210,22 €	1	1.210,22 €
<b>Meta Remarketing</b>	1.495,3 €	23	65,01 €
<b>Youtube</b>	341,14 €	6	56,86 €
<b>Total</b>	<b>10.117,20 €</b>	<b>230,38</b>	<b>43,92 €</b>

# ANUNCIS DE PAGAMENT

## CONVERSIONS CAMPANYA CPC GENÈRICA ESP. I CAT.

- **Resultat global: 1.561 conversions a 29,34 €**
  - **Augment global del 32% respecte l'any anterior** (de 1.182 a 1.561 conversions)
  - 25,7 % més en màsters universitaris (de 1.053 a 1.324 preinscripcions)
  - 84,5% més en màster propis (de 129 a 238 preinscripcions)
- A més, s'ha aconseguit **reduir el cost per conversió de 39,87€ a 29,34 €**

S'ha aconseguit gràcies a una **millora en la distribució i optimització del pressupost:**

- Eliminació de LinkedIn (per la baixa rendibilitat, i el veto dels anuncis en català)
- Augment de la inversió en Youtube, TikTok i Spotify (donats els bons resultats de l'any passat)
- Noves campanyes de Google\_discovery

CANAL	PRESSUPOST	PREINSCRIPCIONS UNIVERSITARIS	PREINSCRIPCIONS PROPIS	TOTAL PREINSCRIPCIONS	COST / TOTAL PREINSCRIPCIONS
Google Ads - Search	23.501,33 €	792,7	204,5	997,2	23,57
Google Ads - Discovery	1.003,68 €	5,55	2	7,55	132,94
Google Ads - remarketing	591,86 €	19,79	8	27,79	21,3
Google Ads - Youtube	2.541,89 €	43,27	4	47,27	53,77
Meta Ads - Prospecció	4.945,91 €	224	8	232	21,32
Meta Ads - Remarketing	4.460,59 €	142	11	153	29,15
Programàtica	2.950,04 €	0	0	0	0
TikTok	2.792,85 €	4	0	4	698,21
Spotify	3.000,00 €	92	0	92	32,61
<b>TOTAL</b>	<b>45.788,15 €</b>	<b>1323,31</b>	<b>237,5</b>	<b>1560,81</b>	<b>29,34 €</b>

# ANUNCIS DE PAGAMENT

## CONVERSIONS CAMPANYA CPC ESPECÍFICA LLATINOAMÈRICA

- **Resultat global: 144 conversions a 27,47 €**,
  - Enguany, com a novetat, s'ha fet campanya de 9 màsters específics que cal potenciar:
    - AQÜICULTURA
    - CIÈNCIA I GESTIÓ INTEGRAL DE L'AIGUA
    - ESTUDIS AVANÇATS EN ARQUEOLOGIA
    - HUMANITATS DIGITALS
    - METEOROLOGIA
    - MODELITZACIÓ COMPUTACIONAL ATOMÍSTICA I MULTIESCALA EN FÍSICA, QUÍMICA I BIOQUÍMICA
    - HISTÒRIA ECONÒMICA
    - EDUCACIÓ EN TERRITORIS RURALS
    - ESTUDIS AVANÇATS EN LITERATURA ESPANYOLA I HISPANOAMERICANA

	Pressupost	Conversions Totals	Cost per conversió
Google Ads Search	2.294,25 €	16	137,75 €
Meta Prospecció	1.660,89 €	128	12,98 €
<b>Total</b>	<b>3.955,41 €</b>	<b>144*</b>	<b>27,47 €</b>

*\*No totes aquestes conversions són als màsters promocionats. No obstant, es tracta de gent que ha vist els anuncis específics, ha arribat a la web i ha acabat fent la preinscripció en algun dels màsters o postgraus.*

# ANUNCIS DE PAGAMENT

## CONVERSIONS CAMPANYA CPC ESPECÍFICA ESP. I CAT.

CANAL	PRESSUPOST	PREINSCRIPCIONS UNIVERSITARIS	PREINSCRIPCIONS PROPIS	TOTAL PREINSCRIPCIONS	COST / CONVERSIÓ
Google Ads - Search	9.159,36 €	61,73	7,5	69,23	132,30 €
Meta Ads - Prospecció	2.213,71 €	384	9	393	5,63
LinkedIn Ads	2.999,80 €	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>14.372,87 €</b>	<b>445,73</b>	<b>16,5</b>	<b>462,23</b>	<b>31,09 €</b>

- **Resultat global: 463 preinscripcions\* a 31,09 €**
  - **Augment de preinscripcions del 47%** respecte l'any anterior (de 315 a 463)
  - **S'ha reduït el cost per conversió** de 41,19 € a 31,09 €
  - S'ha fet servir LinkedIn excepcionalment, per reforçar els màsters amb més dificultats: M. en Territoris Rurals, Estudis Jurídics Especialitzats, Estudis Avançats en Literatura Espanyola i Hispanoamericana i Història Econòmica.
  - Majoritàriament, la campanya CPC està entre la tercera i quarta font de tràfic a les fitxes específiques dels màsters a potenciar.
  - El màsters que han obtingut més conversions provinents de la campanya són: Història Econòmica / Educació en Territoris Rurals / Meteorologia/Estudis Jurídics Especialitzats.

*\*No totes aquestes conversions són als màsters promocionats. No obstant, es tracta de gent que ha vist els anuncis específics, ha arribat a la web i ha acabat fent la preinscripció en algun dels màsters o postgraus.*

# ANUNCIS DE PAGAMENT

## TOTALS

CAMPANYA	PRESSUPOST	PREINSCRIPCIONS UNIVERSITARIS	PREINSCRIPCIONS PROPIS	TOTAL PREINSCRIPCIONS	COST / CONVERSIÓ
Esp. i Cat.: Campanya genèrica	45.788,15 €	1.323,31	237,5	1.560,81	29,34 €
Esp. i Cat.: Campanya específica	14.372,87 €	445,73	16,5	462,23	31,09 €
Latam: Campanya genèrica	10.117,20 €	200,38	30	230,38	43,92
Latam: Campanya específica	3.955,41 €	145,33	2	147,33	26,85
<b>TOTAL</b>	<b>74.233,63 €</b>	<b>2.114,75</b>	<b>286</b>	<b>2.400,75</b>	<b>30,92 €</b>

- **Resultat total de la campanya a Llatinoamèrica, Espanya i Catalunya:**

- **2.401 preinscripcions** provinents de la campanya CPC
- 30,92€ de cost per conversió global de la campanya

- **La campanya ha contribuït en un 20,7,43% al total de preinscripcions.**



- **Augment en el total de conversions per campanya** per primera vegada des de 2021, quan es van canviar sistemes de seguiment i d'atribució per part de les plataformes d'anuncis, hem aconseguit adaptar-nos i millorar-ne l'efectivitat gràcies a la nova creativitat i les noves plataformes i formats.

# RESULTATS

## TRÀFIC WEB

La campanya ha adreçat als usuaris a la pàgina institucional d'Estudis de la UB, donant una major visibilitat tant als màsters oficials com als propis. ✓

Ha disminuït un 14% les sessions al cercador, respecte l'any anterior. Això pot indicar que les fitxes específiques dels màsters estan més ben posicionades a Google i l'usuari arriba directament a la fitxa de l'estudi

Ha augmentat un 29,22% les sessions a la pàgina d'Estudis de màsters i postgraus (120.687 vs 155.966).

Cal destacar que, en general, les fitxes dels màsters a potenciar, les primeres fonts de tràfic són Google/orgànic i direct, seguit de Google/CPC i Facebook/CPC.

The screenshot shows the 'Estudis' page on the UB website. At the top, there's a navigation bar with 'UB.EDU', 'Director', 'PTDAS/POI', and 'Estudis'. Below it, a banner features the text 'CONSTRUEIX UN FUTUR D'OPORTUNITATS' with a play button icon. Underneath the banner is a search section titled 'Oferta de màsters i postgraus' with a search bar and a dropdown menu for 'Àmbit de coneixement'. Below the search section, there are four key benefits highlighted with icons and text:

- Oferta àmplia:** Offerim més de cent cinquanta màsters universitaris i més de nou-cents màsters i postgraus propis. Tenim programes formatius en diverses modalitats (presencial, semipresencial i virtual) que donen resposta a gairebé totes les necessitats formatives, tant per a titulats universitaris com per a professionals en exercici o per a la ciutadania en general.
- Excel·lència i prestigi internacional:** Ocupamos la primera posición estatal en los rankings universitarios más prestigiosos (Academic Ranking of World Universities - ARWU y Best Global Universities Rankings). Somos la única universidad del Estado que forma parte de la LERU, que integra las 24 mejores universidades en investigación de Europa.
- Referent acadèmic:** Tenemos una oferta innovadora, amplia y pluridisciplinar de másteres y posgrados propios que te prepara para un mundo volátil, incierto y complejo, donde la importancia de la formación continua y la digitalización se pone de manifiesto.
- Líder en recerca:** Anualmente, contamos con más de 7.600 publicaciones científicas (Web of Science), 1.111 proyectos de investigación activos, 258 grupos de investigación (SGIR), 16 institutos de investigación propios y unas 750 tesis doctorales leídas en el curso 2022-2023.

At the bottom, two more benefits are listed:

- Inserció laboral:** Somos la mejor universidad estatal en inserción laboral (QS Graduate Employability Rankings 2022) y tenemos una tasa de inserción laboral.
- Internacionalització:** Contamos con más de 2.600 convenios con universidades e instituciones extranjeras. Ofrecemos cerca de 650 destinos a

The screenshot shows the 'Cercador de màsters i postgraus' page on the UB website. It features a search bar with the text 'Cerca...' and a 'CERCA' button. Below the search bar, there are several filter sections:

- Filtra els resultats per:** A dropdown menu labeled 'Selecciona'.
- Tipologia:** A checkbox for 'Màster universitari (175)'.
- Centre:** A dropdown menu.
- Àmbit de coneixement:** A list of checkboxes for various fields of study, including 'Arts i Humanitats (55)', 'Ciències (71)', 'Ciències de la Salut (76)', 'Ciències Socials i Jurídiques (81)', and 'Enginyeria i Arquitectura (59)'. Each checkbox has a plus sign next to it.
- Durada orientativa:** A list of checkboxes for '1 any acadèmic (132)', '2 anys acadèmics (43)', '3 anys acadèmics (1)', and '4 anys acadèmics (1)'. Each checkbox has a plus sign next to it.
- Idiomes de docència:** A list of checkboxes for 'Anglès (71)', 'Català (64)', and 'Espanyol (100)'. Each checkbox has a plus sign next to it.
- Modalitat:** A list of checkboxes for 'En línia (11)', 'Presencial (155)', and 'Semipresencial (19)'. Each checkbox has a plus sign next to it.
- Admet no titulats:** A list of checkboxes for 'No (175)', 'Preinscripció oberta (3)', 'Pràctiques externes (77)', and 'Accés al doctorat (175)'. Each checkbox has a plus sign next to it.
- Esborra:** A button to clear all filters.

On the right side of the page, there are several search results listed, each with a 'Ves a la fitxa' button:

- Activitat Física i Educació:** Màster universitari | Facultat d'Educació | 1 any acadèmic | Presencial | Català i castellà
- Activitat Física i Educació:** Màster universitari | Facultat d'Educació | 1 any acadèmic | Presencial | Català i castellà
- Activitat Física i Salut:** Màster universitari | UB Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya | 1 any acadèmic | Presencial | 45 % català - 45 % castellà - 10 % anglès
- Advocacia i Procura:** Màster universitari | Facultat de Dret | 2 anys acadèmics | Presencial | Català - castellà
- Agrobiologia Ambiental:** Màster universitari | Facultat de Biologia | 1 any acadèmic | Presencial | Espanyol
- Anàlisi Política i Assessoria Institucional:** Màster universitari | Facultat de Dret | 1 any acadèmic | Presencial | Espanyol
- Antropologia Biològica:** Màster universitari | Facultat de Biologia | 1 any acadèmic | Presencial | Català - espanyol - anglès
- Antropologia i Etnografia:** Màster universitari | Facultat de Geografia i Història | 1 any acadèmic | Presencial | 25 % català - 75 % castellà
- Aqüicultura:** Màster universitari | Facultat de Biologia | 1 any acadèmic | Presencial | Anglès
- Arts Visuals i Educació: un Enfocament Construcccionista:** Preinscripció oberta | Màster universitari | Facultat de Belles Arts | 1 any acadèmic | Presencial | Espanyol - català - anglès



# ALTRES ACCIONS



# PORTALS DE FORMACIÓ

## KEYSTONE

La contractació actual és de 2.000 € per any i inclou presència en dos portals:

- Educations.com
- Masterstudies.com

S'inclouen 116 màsters oficials amb una fitxa que inclou:

- Presentació del màster
- Imatge
- Enllaç a la fitxa de la UB
- No s'inclou formulari d'informació (no es pot reenviar)


## Màsters a potenciar

- S'ha personalitzat la fotografia, i en alguns cassos, s'ha millorat la informació i s'han inclòs dates de preinscripció
- La inversió s'ha repartit de forma desigual:
  - 50% als màsters a potenciar (incloent els de la campanya passada)
  - 50% a la resta

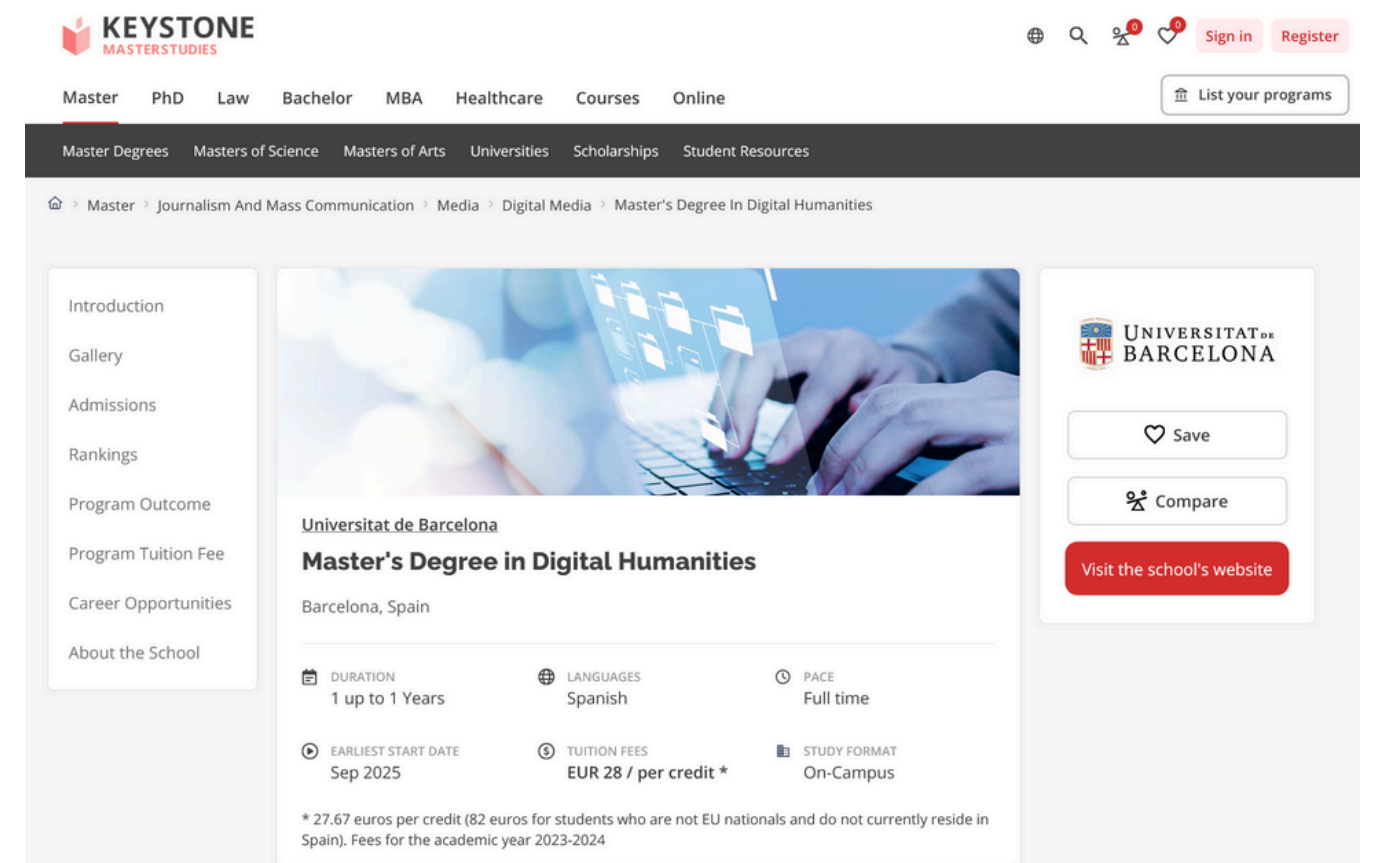
S'ha fet així perquè és una acció a llarg termini i podia beneficiar també els màsters que aquest any no estaven potenciat.

## 2 Master Programs in Humanities Studies Humanities Digital Humanities in Spain for 2024/2025

Lates ↓↑



Universitat de Barcelona  
**Master's Degree in Digital Humanities**  
Barcelona, Spain  
Master • Full time • 1 year • On-Campus • Spanish  
The humanities and social sciences adapt to the contemporary era and broaden their research and dissemination potential through the use of digital tools: this development... [Read more](#)



**KEYSTONE**  
MASTERSTUDIES

Master | PhD | Law | Bachelor | MBA | Healthcare | Courses | Online

Master Degrees | Masters of Science | Masters of Arts | Universities | Scholarships | Student Resources

Master > Journalism And Mass Communication > Media > Digital Media > Master's Degree In Digital Humanities

Introduction  
Gallery  
Admissions  
Rankings  
Program Outcome  
Program Tuition Fee  
Career Opportunities  
About the School

Universitat de Barcelona  
**Master's Degree in Digital Humanities**  
Barcelona, Spain

**DURATION**  
1 up to 1 Years

**LANGUAGES**  
Spanish

**PACE**  
Full time

**EARLIEST START DATE**  
Sep 2025

**TUITION FEES**  
EUR 28 / per credit \*

**STUDY FORMAT**  
On-Campus

\* 27.67 euros per credit (82 euros for students who are not EU nationals and do not currently reside in Spain). Fees for the academic year 2023-2024.

Save  
Compare  
Visit the school's website

### Introduction

The humanities and social sciences adapt to the contemporary era and broaden their research and dissemination potential through the use of digital tools: this development has created the discipline referred to as digital humanities. This masters degree introduces students to the most advanced digital techniques. **We train advanced professionals who will contribute to research in the humanities and help society at large to gain a better understanding and make a better use of our cultural heritage.**

The digital humanities is a new discipline at the **intersection of humanities and social sciences research and new computer tools**. It is divided into three main areas. First, the acquisition of technical skills and competences for the processing, preservation, dissemination and use of humanistic knowledge in digital environments. Second, the reflection on the role of digital environments in the production of digital objects and knowledge. And third, critical analysis of the impact of technologies on society, the concept of authorship and the political agenda, as well as the contribution of humanistic knowledge to the digital society.

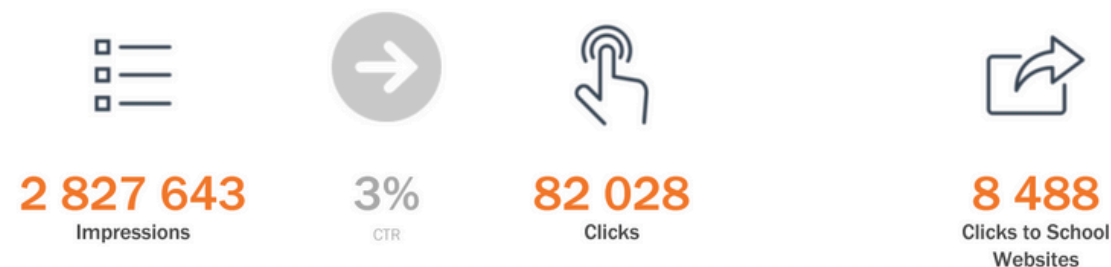
This masters degree aims to train professionals specialized in the **design of original and innovative applications or projects in the field of digital humanities and in digital heritage management**. Students must be experts in the use of different technologies and types of digital data representation, in digital technologies for processing of different kinds of data and in the applicable regulations on authorship, use, reproduction and dissemination of digital knowledge and objects.

[Read more on the institution's website](#)

# PORTALS DE FORMACIÓ

## KEYSTONE

Resultats de la plataforma (de febrer a setembre):



La Universitat té **bons resultats** en les diverses mètriques:

- Alta visibilitat a nivell d'impressions (vegades que es mostra el resum) donada la varietat de màsters.
- 3% de CTR pel que fa els clicks interns a la fitxa
- 10% de CTR pel que fa els clicks a la UB

Totes dues són bones mitjanes, però cal tenir en compte que hi ha diferències importants entre els màsters. Els usuaris de la plataforma estan habituats a demanar informació directament, via formulari, i no a anar al web de la universitat.

La **distribució demogràfica** també mostra que estem aconseguint arribar a públic molt atractiu d'Estats Units i Europa, al que no arribem directament amb la campanya CPC

Top Countries		
1	USA	871639 (30.8%)
2	Germany	566208 (20%)
3	United Kingdom	192021 (6.8%)
4	France	140886 (5%)
5	Spain	134848 (4.8%)
6	Ireland	100626 (3.6%)
7	Italy	96332 (3.4%)
8	Netherlands	84532 (3%)
9	Brazil	69954 (2.5%)
10	India	65389 (2.3%)
11	Argentina	39588 (1.4%)
12	Australia	35843 (1.3%)
13	Singapore	33397 (1.2%)
14	Austria	29440 (1%)
15	Japan	23055 (0.8%)

*Paisos amb més impressions*

Top Countries		
1	USA	1839 (21.7%)
2	Germany	1382 (16.3%)
3	United Kingdom	811 (9.6%)
4	France	478 (5.6%)
5	Gibraltar	428 (5%)
6	Italy	421 (5%)
7	Brazil	415 (4.9%)
8	Netherlands	336 (4%)
9	Ireland	214 (2.5%)
10	India	168 (2%)
11	Singapore	166 (2%)
12	Austria	146 (1.7%)
13	Argentina	142 (1.7%)
14	Australia	115 (1.4%)
15	Greece	100 (1.2%)

*Paisos amb més clics al web*

# PORTALS DE FORMACIÓ

## KEYSTONE

Resultats interns - Google Analytics (de febrer a setembre):

Font de la sessió	Usuaris actius	Sessions	Esdeveniments clau
Total	7.310 0,21 % del total	10.105 0,11 % del total	37,00 0,22 % del total
1 Keystone	7.333	10.082	37,00

Keystone ha demostrat ser una bona font de tràfic, tant a nivell de volum com de qualitat:

- S'han registrat **37 preinscripcions**: 35 de màsters oficials, i 2 de màsters propis.
- L'origen del tràfic per països és consistent amb els resultats de la plataforma

## CONTINUÏTAT:

- **Es mantindrà la contractació** (renovació a l'abril) i es valorarà un possible augment de pressupost.
- Es buscarà millorar-ne els contingut a nivell gràfic, amb material per facultat.
- **Es valoraran accions específiques de generació de tràfic** per a màsters o àmbits determinats.
- Un altra opció per optimitzar pressupost, seria eliminar màsters que no necessitin tanta difusió internacional

Aquestes accions es realitzen sempre com a complement de la campanya a Espanya i Llatinoamèrica.

# PORTALS DE FORMACIÓ

## STUDYPORTALS

El portal s'adreça a un públic interessat en anar a l'estranger i inclou únicament màsters en anglès.

S'ha realitzat una contractació per valor de 2.000 €, per a la difusió de quatre màsters, seleccionats pel seu atractiu a nivell internacional:

Campanya de 6 mesos:

- Màster en Aqüicultura
- Màster en Modelització Computacional Atomística i Multiescala en Física, Química i Bioquímica

Campanya d'un any:

- Màster en Filosofia Analítica
- Màster en Reptes Globals per a la Sostenibilitat (aportació pressupostària pel propi màster).

La fitxa premium inclou:

- Informació bàsica i imatge
- Presentació del màster i altres informacions
- Enllaç a la fitxa de la UB (no sempre és visible, en funció del pressupost).

**Analytic Philosophy** Check match

M.Sc. / Full-time / On Campus

University of Barcelona  
Barcelona, Spain

Ranked top 1%

1.680 EUR / year  
1 year

[View Programme Information](#) Featured Add to compare

studyportals Masters Explore Decide Apply

What to study? Where to study?

1 year Duration 1.680 EUR/year 28 EUR/credit Scholarships available Jul 2025 Apply date Sep 2025 Start date

All studies > Philosophy > Europe > Spain > University of Barcelona > Analytic Philosophy

**About**

One year official master program in Barcelona, offering a solid, research-oriented training, and preparing students for the most demanding doctoral programmes in Spain and abroad.

University of Barcelona  
Barcelona, Spain

Top 1% worldwide  
Studyportals University Meta Ranking 3.8

How well do you fit this programme?  
Find out with our BestFit tool!

Your fit %

[Check your match!](#)

Key information

**Overview**

Programme structure

Admission requirements

Fees and funding

Scholarships

Visa information

Work permit

**Overview**

**Introduction**

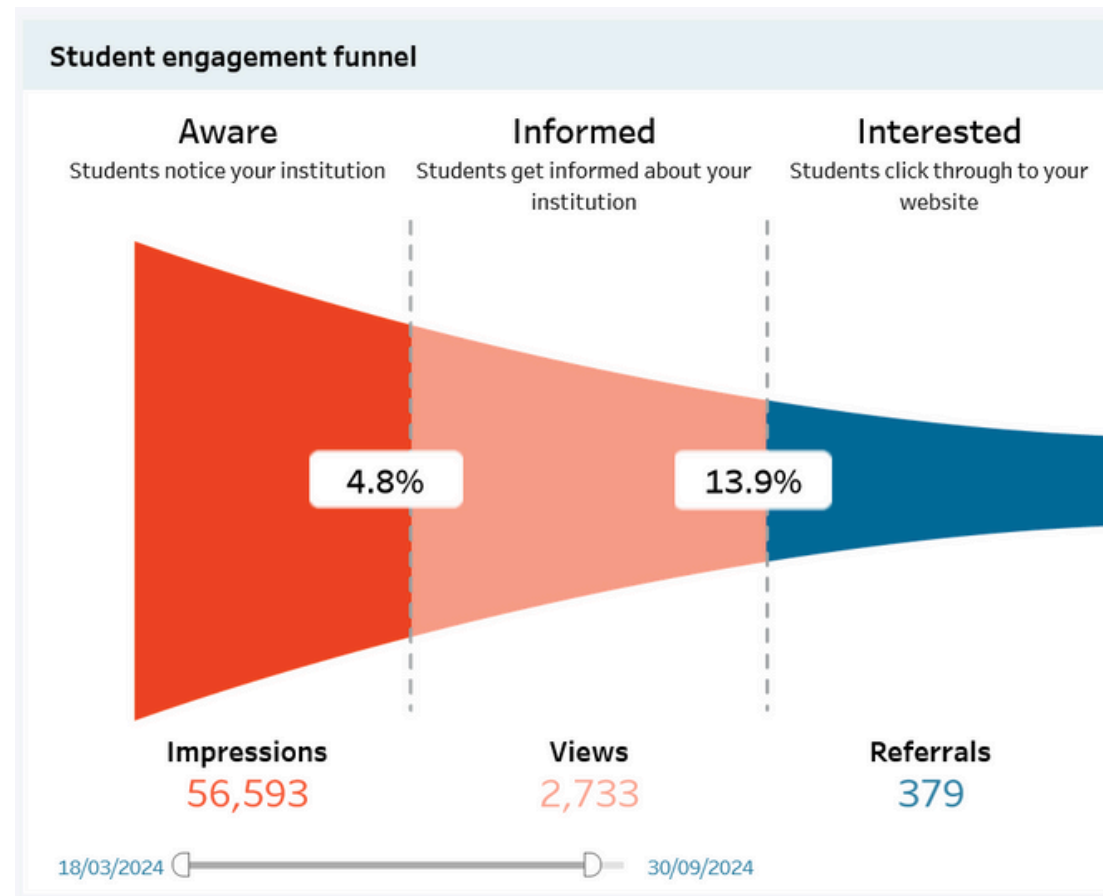
The master's degree in Analytic Philosophy at University of Barcelona is open to students who have not gained sufficient familiarity with the assumptions and methods of analytical philosophy during their undergraduate studies. It is also open to students who have completed undergraduate degrees in disciplines other than philosophy, who will be asked to complete bridging subjects worth up to 30 credits, selected in agreement with their tutor.

As a discipline, analytical philosophy relies heavily on clarity of argumentation, perspicuity of thought and an imaginative critique of approaches that are further removed from common intuition. In the Anglo-Saxon world, it has proved to be a fundamental tool in training professionals in the most widely-sought cross-disciplinary competences, such as the ability to identify and articulately express the central points of a debate, to apply thought and expression precisely in the analysis of complex problems, and to consider propositions with intellectual curiosity and a critical eye.

[Check recom](#)

# PORTALS DE FORMACIÓ

## STUDYPORTALS

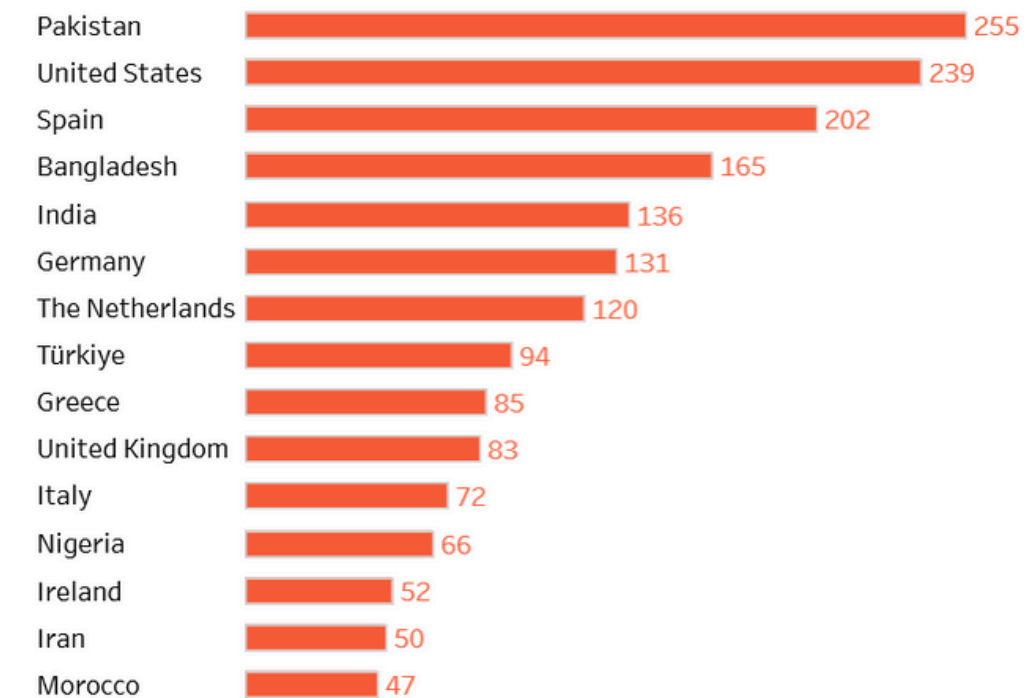


Study programme name	Impressions	%	Views	%	Referrals
Analytic Philosophy (master, 234981)	11,737	4.2%	496	10.3%	51
Aquaculture (master, 366035)	21,599	4.0%	866	18.0%	156
Atomistic and Multiscale Computational Modelling in Physic	13,205	3.8%	505	14.9%	75
Global Challenges for Sustainability (master, 366038)	10,052	8.6%	866	11.2%	97
<b>Grand Total</b>	<b>56,593</b>	<b>4.8%</b>	<b>2,733</b>	<b>13.9%</b>	<b>379</b>

### Resultats de la plataforma (de febrer a setembre):

- La Universitat té **molt bons resultats**. Tot i que les impressions totals són molt menors que a Keystone, cal tenir en compte que estem parlant sols de 4 màsters.
- El CTR són superior als de Keystone i superiors a la mitjana de la plataforma mostrant que la UB desperta molt d'interès.
- Es veuen diferències entre els percentatges dels màsters, tot i que també poden estar derivats per la distribució del pressupost

### Geo breakdown (Bar - Top 15)



# PORTALS DE FORMACIÓ

## STUDYPORTALS

Resultats interns - Google Analytics (de febrer a setembre):

Font de la sessió	↓ Usuaris actius	Sessions	Esdeveniments clau preinscripcion_completada
<input checked="" type="checkbox"/> Total	224 <0,01 % del total	355 <0,01 % del total	6,00 0,04 % del total
<input checked="" type="checkbox"/> 1 studyportals	224	355	6,00

Tot i que el volum total d'usuaris sembla baix, cal tenir en compte que:

- No s'inclouen les visites ni preinscripcions del màster en Reptes Globals per a la Sostenibilitat (web pròpia)
- El màster de Filosofia Analítica tenia la preinscripció tancada. A pesar d'això, la coordinació del màster ha notat un augment de l'interès en el màster.

### CONTINUÏTAT:

- Cal valorar-ne la continuïtat ja que suposa un cost força elevat (de fet, la seva recomanació són 1.000€ / màster).
- Pot ser interessant per a buscar públic per a màsters amb potencial internacional.

Aquestes accions es realitzen sempre com a complement de la campanya a Espanya i Llatinoamèrica.

# E-MAILINGS

Es va complementar la campanya amb **e-mailings** adreçant a la web d'estudis:

## Llatinoamèrica

- Docsity:
  - Persones impactades: 99.000 persones aproximadament
  - Visites al web: 24.700 visites aproximadament.
- Emagister
  - Persones impactades: 4.187 persones aproximadament
  - Visites al web: 77 visites aproximadament.

## Espanya i Catalunya:

- Docsity:
  - Persones impactades: 59.790 persones aproximadament
  - Visites al web: 1.229 visites aproximadament.
- Emagister
  - Persones impactades: 9.225 persones aproximadament
  - Visites al web: 85 visites aproximadament.

docsity te recomienda:

UNIVERSITAT DE BARCELONA

**MÀSTERS I POSTGRAUS**  
CONSTRUEIX UN FUTUR D'OPORTUNITATS

**I tu? Ja saps com vols que sigui el teu futur?**

**Inscriu-t'hi!**

**Un futur divers**  
Tria entre els més de 150 màsters universitaris i 800 postgraus que t'ofereix la universitat líder als rànquings internacionals.

**Un futur d'oportunitats**  
Especialitza't en una universitat que té una taxa d'inserció laboral del 92 %, segons l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya.

**Un futur innovador**  
Prepara't en una universitat on hi ha més de 1.000 projectes de recerca actius, 250 grups de recerca consolidats i 16 instituts de recerca propis.

**Un futur al teu abast**  
Biblioteques d'excel·lència, beques i ajuts propis, escola d'idiomes, activitats d'emprenedoria i molts altres serveis de primer nivell.

**Perquè el futur comença ara: màsters i postgraus de la Universitat de Barcelona!**

**Inscriu-t'hi!**

DOCSITY

UNIVERSITAT DE BARCELONA

**MÁSTERES Y POSGRADOS**  
CONSTRUYE UN FUTURO DE OPORTUNIDADES

**¿Y TÚ? ¿YA SABES CÓMO QUIERES QUE SEA TU FUTURO?**

**¡INSCRÍBETE!**

**Un futuro diverso**  
Elige entre los más de 150 másteres universitarios y 800 posgrados que te ofrece la universidad líder en los rankings internacionales.

**Un futuro de oportunidades**  
Especialízate en una universidad que tiene una tasa de inserción laboral del 92 %, según la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña.

**Un futuro innovador**  
Prepárate en una universidad donde hay más de 1.000 proyectos de investigación activos, 250 grupos de investigación consolidados y 16 institutos de investigación propios.

**Un futuro a tu alcance**  
Bibliotecas de excelencia, becas y ayudas propias, escuela de idiomas, actividades de emprendimiento y muchos otros servicios de primer nivel.

**Porque el futuro empieza ahora: ¡másteres y posgrados de la Universidad de Barcelona!**

**¡INSCRÍBETE!**

EMAGISTER



# CRM

# DESTACATS

## MÉS DE 200 SOL·LICITUDS D'INFORMACIÓ REBUDES CADA DIA

En total s'han rebut **més de 24.000 sol·licituds d'informació** des del passat 18 de juny. Això ens dona una informació, que abans no es tenia, sobre l'interès en els estudis.

## UN 10,60% DE LES PREINSCRIPCIONS HAVIEN SOL·LICITAT INFORMACIÓ

Els formularis web i les comunicacions automatitzades han contribuït en més d'un 10% de les preinscripcions durant els mesos que han estat actius.

## 84,79% DE RATI D'OBERTURA DELS CORREUS AUTOMATITZATS

Els correus automatitzats estan tenint una bona rebuda ja que més del 80% dels que s'envien acaben obrint-se. Al sector, la mitjana és d'un 35,64%.

# FORMULARIS WEB

A ulls dels usuaris, la gran novetat és l'aparició dels formularis de sol·licitud d'informació a totes les fitxes d'estudi de Màsters i Postgraus.

Es recullen les dades dels interessats i es relacionen amb l'estudi corresponent.

UNIVERSITAT DE BARCELONA Estudis

Grans Màsters i postgraus Programes de doctorat Informació acadèmica

Màster en Activitat Física i Educació

Presentació

El màster en Activitat Física i Educació, aprofundeix en la formació específica relacionada amb la utilització educativa de l'activitat motriu en diferents contextos i proporciona els coneixements i recursos necessaris per dur a terme recerca i innovació dins d'aquest àmbit.

La formació avançada del màster permet aconseguir l'excel·lència en el desenvolupament de l'activitat motriu, l'educació física i la intervenció social, difondre els resultats de la recerca i innovacions que es produeixen de les seves activitats i, si escau, incorporar-se a un programa de doctorat per afrontar amb excel·lència l'elaboració d'una tesi doctoral.

El màster en Activitat Física i Educació es planteja noves necessitats de pràctica motriu, com ara les activitats físiques per a persones amb necessitats educatives especials, l'esport adaptat, la intervenció social i l'envelliment de la població, i mou en les pràctiques tradicionals de l'educació física i l'esport. Per això, en la docència del màster participen professionals de l'àmbit de la psicologia, la salut, l'educació i la intervenció social.

Va dirigit a professionals de l'àmbit de l'educació física i l'activitat física esportiva, educadors socials i professionals vinculats amb l'àmbit educatiu, i diplomats, llicenciats o graduats en l'àmbit de l'educació i, concretament, en l'educació física, que tinguin la motivació de cursar estudis de doctorat o investigar en el camp de l'educació física i l'esport.

Vull rebre més informació

Nom: \*

Cognom: \*

Segon cognom: \*

Adreça electrònica: \*

Prefic: +34 Telèfon: \*

País: \*  
Selecciona un país

La Universitat de Barcelona (Secretaria General) tracta les teves dades per facilitar-te informació

## Sol·licituds d'informació rebudes

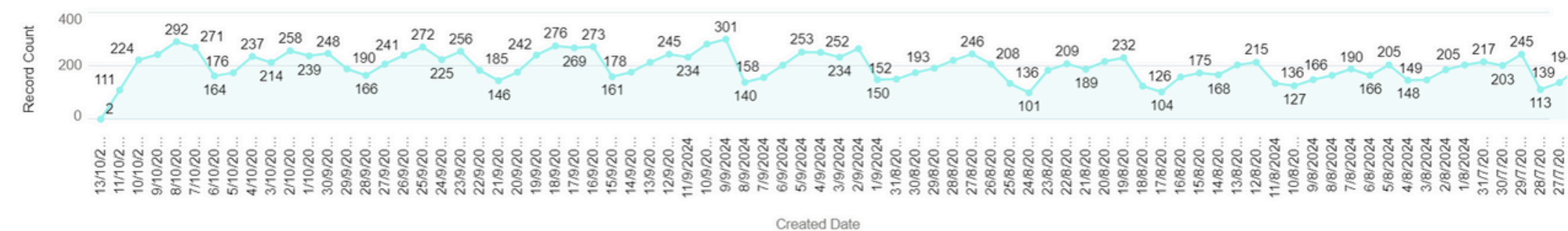
24.512 TOTALS

14.752 Màsters Universitari

9.760 Postgraus

- Per tant, **es reben de mitjana més de 200 formularis d'interès al dia**, tenint en compte que els formularis es van publicar el 18 de juny i no han estat operatius els mesos forts de campanya que són febrer, març, abril i maig.

Formularis per dia



# DADES DISPONIBLES DEL CURS 2024-2025

## Formularis web

Formularis només des del 18/6/2024

24.512\*

14.752 Màster universitari  
9.760 Postgraus

## Preinscripcions

16.805\*

11.922 Màster universitari  
4.883 Postgraus

## Matrícules

12.284\*

5.930 Màster universitari  
6.354 Postgraus

\* Dades fins el 14/10/2024

Sobre totes aquestes dades **es poden realitzar informes de diferents característiques** com ara dades per estudi, per centre, estat de les preinscripcions, nacionalitat dels contactes, entre d'altres.

# SOL·LICITUD INFORMACIÓ MÀSTERS UNIVERSITARIS

En aquest camí, es recullen els contactes que han omplert un formulari web d'una fitxa d'estudi de màster universitari i s'envien 4 correus electrònics en un termini de 15 dies, per donar més informació a l'interessat amb l'objectiu que faci la preinscripció.

## 1) Sol·licitud rebuda

S'envia un comprovant de la seva sol·licitud amb les seves dades i s'informa dels requisits d'accés al programa.

## 2) Objectius del programa

Per ampliar la informació sobre l'estudi, s'integra al correu el contingut dels objectius del programa i els passos a seguir per preinscriure's.

## 3) Inserció laboral

Un dels arguments de venda més potents són les sortides professionals de l'estudi. S'integra el correu contingut (MU) i s'argumenta amb l'alt percentatge d'inserció laboral de la UB.

## 4) Forma part de la UB

Una última comunicació més publicitària per acabar de convèncer que facin la preinscripció amb vídeos de testimonials d'estudiants d'altres anys.

## Resultats

22.379

Correus enviats

  
84,30%

18.639

Correus oberts

  
4,40%

821

Clics dins dels correus

# SOL·LICITUD INFORMACIÓ POSTGRAUS

En aquest camí pactat amb l'Agència de Postgraus, es recullen els contactes que han enviat un formulari web des d'una fitxa de postgrau i s'envien 2 correus electrònics en un termini de una setmana, per donar més informació a l'interessat amb l'objectiu que es posi en contacte amb el coordinador.

## 1) Sol·licitud rebuda

S'envia un comprovant de la seva sol·licitud amb les seves dades i s'informa dels requisits d'accés al programa i s'informa del procés d'accés.

## 2) Objectius del programa

Per ampliar la informació sobre l'estudi, s'integra al correu el contingut dels objectius del programa i els passos a seguir per accedir-hi.

### Resultats

19.316

Correus enviats

  
83,63%

15.974

Correus oberts

  
6,22%

994

Clics dins dels correus

# ACOMPANYAR ALS INTERESSATS

## Comunicacions automatitzades

Un dels objectius de les comunicacions automatitzades és acompanyar a l'interessat durant tot el embut de conversió. Passant de sol·licitar informació a preinscriure's, i de la preinscripció acceptada a la matrícula final.

Sol·licita informació

En els 4 mesos que porten actius, **els nous formularis de sol·licitud d'informació han contribuït** directament en:

Preinscripció

435 preinscripcions

326 Màster universitari

118 Postgraus

Matrícula

247 matrícules

167 Màster universitari

80 Postgraus

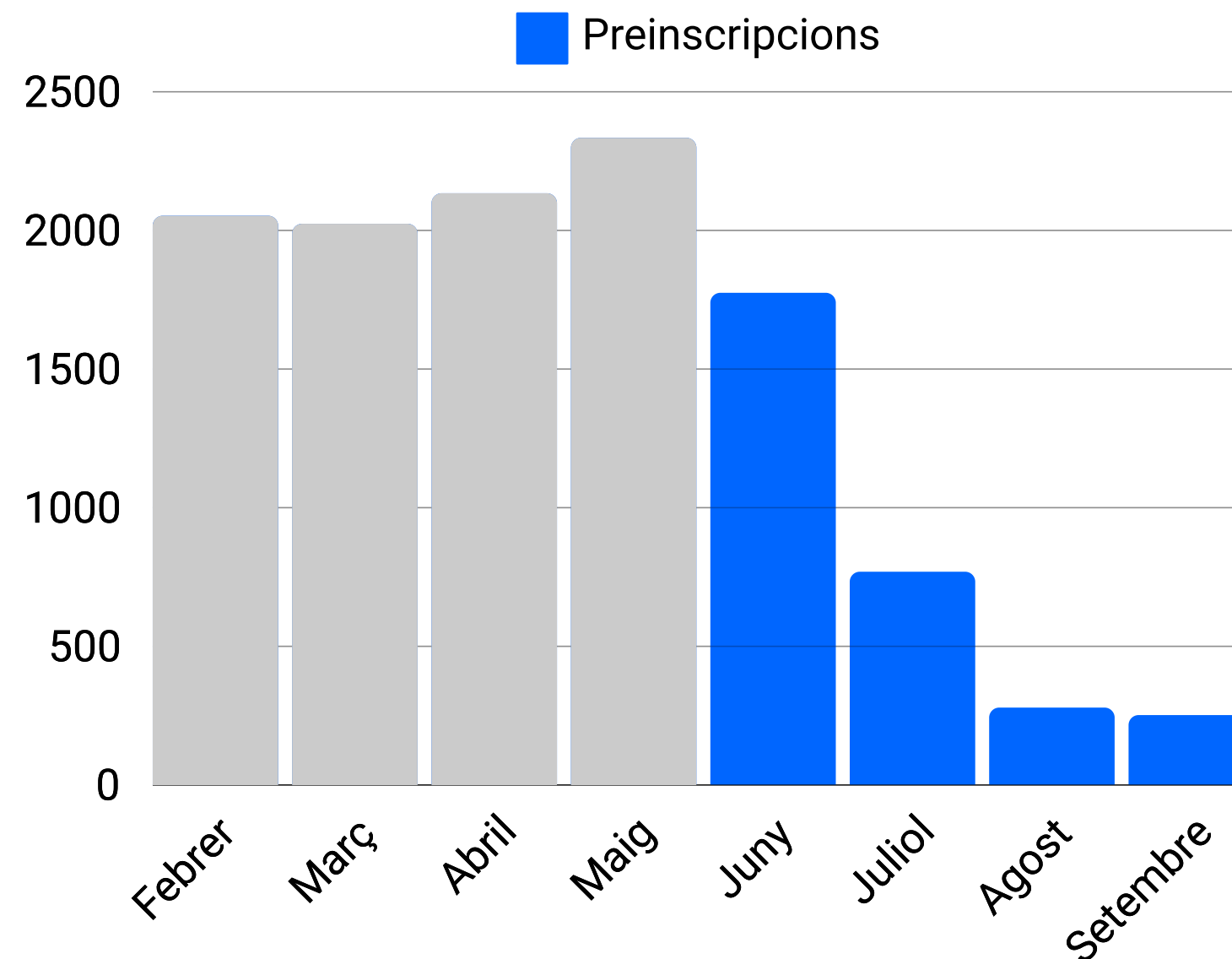
# INFLUÈNCIA EN LES PREINSCRIPCIONS

Preinscripcions a màsters universitaris de juny a setembre (mesos finals de campanya)

3.075 preinscripcions totals  
326 amb formulari web

10,60% 

Els formularis web i les comunicacions automatitzades han contribuït en més d'un 10% de les preinscripcions durant els mesos que han estat actius.





# DESPESSES



# RESUM DESPESES GENERALS

TOTAL DESPESA CAMPANYA MÀSTERS: **151.187,08 €**

La campanya ha tingut un **sobrecost de 1.187,08 €** respecte al pressupost inicial\*

## CAMPANYA GENÈRICA I TÈMATICA

- Campanya CPC (Llatinoamèrica i Espanya i Catalunya) + honoraris agència: 85.613,97 €
- Emailings: 5.142,50 €
- Offline (FGC, lones i especial 20 minutos): 10.908,15 €
- Agència creativa nova imatge campanya: 18.150,00 €

DESPESA CAMPANYA MÀSTERS I POSTGRAUS:  
**119.814,62 €**

## CAMPANYES ESPECÍFIQUES\*\*

- Mitjans especialitzats + emailings + studyportals: 9.194,79 €
- Campanya CPC: 22.177,67 €

DESPESA CAMPANYA MÀSTERS A POTENCIAR:  
**31.372,46 €**

\* Aquest sobrecost s'ha assumit des de la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting i es deu a un despesa addicional en les campanyes de CPC.

\*\* Els 30.000 € destinats a la campanya de màsters específics s'ha assumit de la següent manera: 15.000 € Vicerectorat de Política Acadèmica i 15.000 € la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting.

# CONCLUSIONS I PROPOSTES



# CONCLUSIONS

## MANTENIMENT DE L'ALÇA DE LES PREINSCRIPCIONS

Aquest any **s'ha accelerat la tendència creixent** dels últims anys pel que fa a les preinscripcions, arribant a les 11.611 preinscripcions.

## ÈXIT DE L'ESTRATÈGIA DE CAMPANYA

La campanya d'anuncis de pagament **ha contribuït directament a un 20,7 % de les preinscripcions**. Per primera vegada des de 2021 hem superat la tendència a la baixa de les conversions de campanya CPC

## POTENCIAL DE MILLORA GRÀCIES AL CRM

La incorporació dels formularis de petició d'informació mostren el gran interès que desperta la Universitat de Barcelona i cal aprofitar les eines del CRM per a millorar resultats concrets dels màsters.

# PROPOSTES

## MANTENIMENT ESTRATÈGIA GENERAL

- Les línies generals de la campanya estan donant els resultats esperats, així que es proposa **seguir amb l'estructura general i la diversificació de mitjans**, amb plataformes vinculades al públic objectiu (Tik Tok i Youtube especialment)
- Manteniment global de la distribució pressupostària
- Manteniment de la creativitat i missatges principals de la campanya
- Es recomana començar la campanya al gener per recollir formularis i poder crear audiències des del CRM.

## INTEGRACIÓ DEL CRM EN LA CAMPANYA

- Tot i que seguim creixent en volum, creiem que **la campanya també hauria d'enfocar-se en millorar la qualitat** d'aquestes preinscripcions, per tal de que la ratio de conversió de preinscripció a matrícula millori.
- Les dades obtingudes amb el CRM ens permetran:
  - Impactar a usuaris que han sol·licitat informació però no han preinscrit aquest curs.
  - Crear audiències més qualificades per a les plataformes d'anuncis (integració CRM amb Meta Ads)
  - Deixar d'impactar a les persones que ja s'han preinscrit per a optimitzar millor el pressupost.

# PROPOSTES

## CAMPANYES ESPECÍFIQUES

Hi ha molta desigualtat en el volum de preinscripcions dels mateixos, així que cal seguir treballant per respondre a les necessitats específiques de cada màster:

- Recomanem seguir dos tipus d'estratègies:
  - Campanyes de potenciació a curt termini:
    - Continuar amb les campanyes de Google Ads / Meta, valorant la segmentació geogràfica per a optimitzar millor el pressupost en cada màster.
    - Valorar la captació de leads per als màsters a potenciar mitjançant el CRM.
  - Campanyes a llarg termini, per posicionar màster:
    - Màrqueting de continguts
    - Posicionament amb portals de formació
- Pel que fa el volum de màsters:
  - Es recomana promocionar un màxim de 10 màsters anualment, fent els ajustos anuals necessaris.
- Proposta de màsters a valorar:
  - A valorar la sortida de la campanya: Aqüicultura / Ciència i Gestió Integral de l'Aigua / Humanitats Digitals / Estudis Avançats en Literatura Espanyola i Hispanoamericana

# GRÀCIES!