

PLAN COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES



CURSO 2024- 2025

OBJETIVOS

- Promoción de la institución: Dar a conocer la oferta educativa y destacar los valores del centro.
- Fidelización y compromiso: Fomentar la participación de la comunidad educativa (alumnos, padres y profesores).
- Gestión de la reputación: Construir una imagen positiva y cercana.
- Información y transparencia: Comunicar actividades, eventos y novedades de forma clara y accesible.
- Atraer nuevos estudiantes: Posicionar al centro como una opción de calidad en la provincia.

SELECCIÓN DE REDES SOCIALES

- Twitter: para compartir noticias y actualizaciones breves y para interactuar con la comunidad educativa en tiempo real.
- Instagram: ID. Twitter, pero enfocado a usuarios más jóvenes como lo son las familias de nuestro centro.

GUÍA DE ESTILO EN REDES SOCIALES

Tono y voz:

- Profesional, cercano y positivo.
- Utilizar el logo del centro educativo en todas las publicaciones de redes sociales.

Lenguaje:

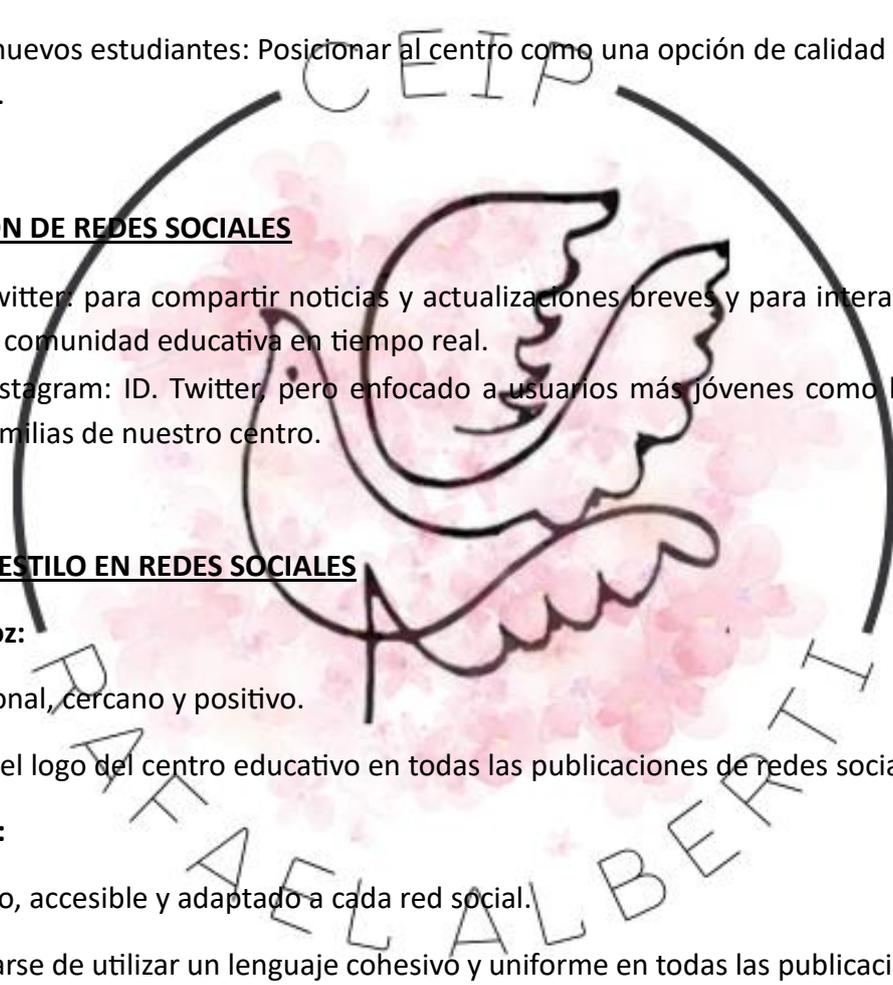
- Inclusivo, accesible y adaptado a cada red social.
- Asegurarse de utilizar un lenguaje cohesivo y uniforme en todas las publicaciones, con el fin de mantener una imagen coherente del colegio.

Estética:

- Uso de los colores corporativos del centro. Fotografías y vídeos de alta calidad.

Normas éticas:

- Proteger la privacidad de los estudiantes (no compartir datos personales ni imágenes sin consentimiento).



Selección de contenido:

- Seleccionar cuidadosamente el contenido de las publicaciones, enfocándose en información relevante y educativa para el público objetivo.
- Evitar publicaciones sensibles o controvertidas, o cualquier cosa que pueda ser considerada ofensiva o que vaya en contra de los valores del centro educativo.

Frecuencia de publicaciones:

- Ajustar la frecuencia a las necesidades del centro educativo y del público.

PLANIFICACIÓN DE CONTENIDOS

- Tipos de contenido:
 - Informativo: Anuncios importantes, fechas de matrícula, eventos.
 - Educativo: Recursos de aprendizaje, logros académicos de los estudiantes.
 - Inspirador: Historias de éxito de estudiantes y profesores.
 - Entretenido: Concursos, desafíos creativos, fotos del día.
 - Promocional: Información sobre la oferta educativa.
- Calendario de publicaciones durante el 2025:
 - Lunes: Recursos educativos o reflexiones motivadoras.
 - Miércoles: Fotografías de actividades recientes.
 - Viernes: Promoción de próximos eventos y resúmenes semanales.
 - Fin de semana: Historias o mensajes inspiradores para la comunidad.

INDICADORES DE LOGRO

- Alcance: Número de seguidores nuevos y total en cada red.
- Interacción: Comentarios, likes, shares y clics.
- Engagement rate: Relación entre interacciones y seguidores.
- Frecuencia de publicación: cantidad de publicaciones en las cuentas de redes sociales del centro educativo.
- Participación de la comunidad educativa: cantidad de preguntas y sugerencias que hacen los padres de familia, estudiantes y maestros en las publicaciones de las cuentas de redes sociales del centro educativo.

- Incremento en la visibilidad del centro educativo: aumento en la presencia en línea y en la percepción de la marca del centro educativo a través de las redes sociales.

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

- Colaboraciones locales: Crear contenido con otras instituciones o figuras influyentes de la provincia.
- Campañas promocionales: Realizar concursos o sorteos para aumentar la visibilidad.
- Contenido generado por usuarios: Publicar trabajos de alumnos o fotos compartidas por padres.

EVALUACIÓN

La comisión TIC realizará una evaluación anual al finalizar el curso con el objetivo de realizar propuestas de mejora en el Plan Códice TIC del colegio.

Para dicha evaluación se tendrá como referencia los indicadores de logro para completar la siguiente rúbrica:



Criterio	Nivel Excelente (4)	Nivel Bueno (3)	Nivel Aceptable (2)	Nivel Insuficiente (1)
Definición de objetivos	Los objetivos son claros, específicos, medibles, alcanzables, relevantes y definidos en el tiempo (SMART).	Los objetivos son claros y relevantes, pero no cumplen completamente con el criterio SMART.	Los objetivos son generales y poco específicos, dificultando su medición o evaluación.	Los objetivos son confusos, irrelevantes o inexistentes.
Selección de redes sociales	La elección de redes es adecuada al público objetivo y está bien justificada en función del plan.	La elección es adecuada, aunque podría justificarse mejor o incluir más plataformas relevantes.	Se seleccionaron redes sociales, pero no están completamente alineadas con los objetivos del plan.	La selección de redes es inadecuada o no se especificó.
Guía de estilo	La guía está claramente definida, incluye tono, lenguaje, estética y normas éticas bien detalladas.	La guía está definida, pero carece de algunos elementos clave o detalles específicos.	La guía es básica y aborda solo algunos aspectos del estilo y las normas éticas.	La guía de estilo no está definida o no se menciona en el plan.
Planificación de contenidos	El contenido es variado, relevante y está alineado con los objetivos. El calendario es claro y detallado.	El contenido es relevante y bien planificado, aunque le falta variedad o detalle en el calendario.	La planificación es básica, con poca variedad de contenido o un calendario poco claro.	No hay planificación detallada de contenido o el contenido es irrelevante.
Indicadores de logro	Los indicadores son claros, específicos y medibles, facilitando la evaluación del plan.	Los indicadores son relevantes, pero podrían ser más específicos o medibles.	Los indicadores son generales y no permiten evaluar el impacto real del plan.	No se definieron indicadores o son inadecuados para medir el logro de los objetivos.
Estrategias de crecimiento	Las estrategias son innovadoras, variadas y están alineadas con los objetivos.	Las estrategias son relevantes, pero podrían ser más creativas o mejor alineadas con los objetivos.	Las estrategias son básicas, repetitivas o no están claramente justificadas.	No se proponen estrategias o son irrelevantes para el crecimiento del plan.
Evaluación del plan	El plan incluye una evaluación detallada y periódica con herramientas específicas y métodos claros.	Se propone una evaluación adecuada, pero faltan algunos detalles en herramientas o periodicidad.	La evaluación es básica y no incluye herramientas específicas o métodos claros.	No se plantea ningún método de evaluación o la propuesta es insuficiente.