

Curso “Redes Sociales para Docentes”

TAREA 6

PLAN SOCIAL MEDIA

DEL CENTRO
EDUCATIVO

“A.G.F.”

Objetivos

¿PARA QUÉ?

- *Potenciar la comunicación con la comunidad educativa y abrir las puertas digitales del centro al público externo, ganando interacción y creando feedbacks con todos los participantes.*
- *Mostrar la realidad del colegio a través de la huella digital y visualización online.*
- *Desarrollar la fidelización con el colegio, el sentimiento de pertenencia y una imagen de calidad.*



Este Plan Social Media está dirigido a dos grupos principales, que a su vez, se dividen en subgrupos:

1. COMUNIDAD EDUCATIVA

Toda la “familia” que pertenece al colegio, dividido en diferentes subgrupos:

- a) **Alumnos**, como protagonistas principales y “creadores” de los contenidos online.
- b) **Padres y familias**, también desde un papel protagonista que se quiere dar desde el colegio, pero también desde un punto de vista del espectador.
- c) **Profesores**, indispensables en este proceso. Sin ellos, nada sería posible, y también deben sentirse partícipes de ellos.
- d) **Antiguos alumnos**. A los que debemos de dejar huella y hacerles sentir también parte de ese primer grupo de comunidad educativa.

2. PÚBLICO GENERAL

No tan cercanos y no pertenecientes a la comunidad educativa pero importantes receptores de nuestro plan.

- a) **Barrio y sociedad cercana**. El barrio en el que nos encontramos, al que tantas veces queremos involucrar en las actividades. Conocen desde un punto de vista cercano el colegio, pero no desde dentro.
- b) **Profesionales y participantes del mundo educativo**. Profesionales del gremio que pueden absorber esa información, aprender, compartir, reciclar, etc.
- c) **Público en general**. Si algo está claro, es que en internet no hay puertas ni diques. Todo lo que se publica puede llegar al rincón más recóndito del mundo. Puede ser una gran oportunidad que no podemos dejar desaprovechar.

Contenidos.

¿QUÉ?

ESTILO DE COMUNICACIÓN.

Debemos de tener un estilo de comunicación y seguir unas pautas (netiqueta) para llevar nuestro Plan a buen puerto. Para ello:

- *No podemos publicar al libre albedrío, debemos de decidir qué contenidos consideramos adecuados para compartir en las redes sociales de nuestro centro educativo. Para ello debemos de cumplir los siguientes criterios.*
- *Alumnado variado – Contenido variado. Nos debemos adaptar a todos y tener a todos los grupos de público satisfecho.*
- *Aunque nosotros marquemos las pautas de qué publicamos, debemos adaptarnos a lo que nuestro público quiere.*
- *Publicaciones no masivas. Debemos ser capaces de seleccionar y filtrar la información a publicar en las redes, en momentos concretos.*
- *Combinar el idioma castellano con otros idiomas (líneas de bilingüismo del centro), sobre todo en las actividades que se realicen.*
- *Cuidar normas básicas de buena redacción, cuidando con extremo la ortografía que tanto valoramos a nuestros alumnos.*
- *Utilizar al máximo posible todas las herramientas que nos ofrece internet para la mayor difusión de la información (hashtags, retweets, compartir, etc.)*
- *Intentar que el feedback sea mutuo. Es decir, no solo esperar comentarios de los participantes sino también ser capaces de dar respuesta de una forma eficiente y eficaz.*

INFORMACIÓN A PUBLICAR.

Debemos de tener claro qué información queremos dar en nuestras redes sociales, por eso a continuación señalamos diferentes grupos de publicaciones, los cuales se deberán de tener en cuenta a la hora de temporalizar o seleccionar el canal utilizado.

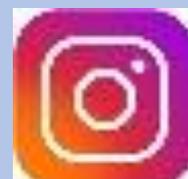
- *El día a día. No es necesario hacer actividades “especiales” para saber que el colegio está funcionando y funcionando bien. El uso de Chromebook, la charla de orientación o una simple manualidad, puede ser motivo suficiente para ser publicado en ese día a día del centro.*
- *Actividades especiales. A nadie se nos escapa que a lo largo del curso se desarrollan diferentes actividades que se salen un poco de la rutina del colegio. Son argumentos sobrados para darles visibilidad y mostrar esa otra cara de la educación tan valiosa.*
 - *Aprendizaje Basado en Proyectos.*
 - *Semana Cultural.*
 - *Salidas del centro – Extraescolares.*
 - *Viajes de Fin de Curso.*
 - *Etc.*
- *Días Mundiales. No debemos ser ajenos a realidades de fuera del centro (Día del agua, contra el cáncer, etc.).*
- *Trabajos de los diferentes sub-equipos. Pastoral, Celebraciones, Biligüismo, etc... también tienen que tener su “espacio” para mostrarse.*
- *Informaciones del centro.*
 - *Periodos de admisión o de renovación de matrícula,*
 - *jornada de puertas abiertas,*
 - *becas o ayudas,*
 - *etc.*

Canales de comunicación.

¿CÓMO?

Los medios de comunicación utilizados para llevar a cabo nuestro Plan Social Media son los siguientes:

1. **Web del centro educativo.** Como herramienta raíz y más importante por la información continua que puede recoger en una parte llamada “estática” (Plan de Estudios, Niveles, Plataforma educativa, etc.) y otra parte más “dinámica” en continua renovación y en relación con lo publicado en redes sociales.
2. **Facebook.** Como red social principal para el público objetivo “familias” y para un gran sector de la población.
3. **Twitter.** Por su importancia y todas las posibilidades que ofrece.
4. **Instagram.** Como red social orientada a nuestro alumnado y a un perfil más joven, aunque no se cierre a ello.
5. **Youtube.** Para la publicación de vídeos, ya sean resumen de actividades o corporativos.
6. **Blogs.** Dando libertad a cada una de las etapas pero siempre siguiendo las líneas marcadas en este plan.



Temporalización.

¿CUÁNDO?

HERRAMIENTA	VOLUMEN DE PUBLICACIONES
<i>Web</i>	Según las necesidades del centro. Debería de haber 1 o 2 noticias nuevas a la semana.
<i>Facebook</i>	1 o 2 publicaciones al día. En ciertos momentos puede incrementarse pero es recomendable no superar las 4 o 5 publicaciones diarias.
<i>Twitter</i>	Siguiendo las mismas pautas que Facebook.
<i>Instagram</i>	Al tratarse de una red social que consideramos para un público en concreto, 1 publicación al día de momento es suficiente, y acorde con el público que utiliza esta red.
<i>Youtube</i>	1 o 2 vídeos subidos al mes.
<i>Blog</i>	A criterio de la etapa o departamento que lo utilice. 1 por semana.

Sirva de ejemplo este calendario de Marzo de 2021:

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1 Web  : Puertas Abiertas Aula 2 años FB, TW, Inst. Actividad ESO   	2 FB, TW. Proyecto Catedral EPO Proyecto Arqueología Infantil  	3 FB, TW, Inst. Alumnos en FCTs de Formación Profesional   	4 Web FB, TW, Inst.: Periodo de Admisión Curso 21-22     FB, TW, Inst. Proyecto Catedral ESO   	5 FB, TW, Inst. Actividad Cohetes Física Bach   	6	7
8 FB, TW, Actividad Infantil  	9 Web: Semana Cultural Proyecto Catedral  FB, TW, Inst. Actividad ESO   	10 FB, TW, Inst. Actividad Bach   	11 FB, TW, Inst. Actividad FP    Blog: Entrada Proyecto Catedral 	12 FB, TW, Inst. YT Vídeo Experiencias Antiguos Alumnos    	13 FB, TW, Inst. Vacunación Covid Profesorado   	14
15 Web FB, TW, Inst.: Recordatorio Periodo de Admisión Curso 21-22    	16 FB, TW, Inst. Final Liga de Debate 4° ESO   	17 FB, TW, Inst. Luchando por la Igualdad en FP Básica   	18 FB, TW, Inst. Actividad ESO    Blog: Entrada Liga de Debate 4° ESO 	19 FB, TW, Inst. Orientación Paso 6°EPO a 1° ESO   	20	21 FB, TW, Inst. Día Mundial de los bosques   

<p>22 FB, TW, Inst. Día Mundial del Agua </p>	<p>23 FB, TW,. Actividad Infantil </p>	<p>24 FB, TW, Inst. Actividad FP </p>	<p>25 FB, TW, Inst. Último Día 2ºT. -Act. INF -Act. EPO </p>	<p>26 Web FB, TW, Inst.: Resumen 2º Trimestre </p>	<p>27</p>	<p>28 FB, TW,. Domingo de Ramos </p>
<p>29</p>	<p>30 FB, TW, Inst. ¿Qué tal van las vacaciones? </p>	<p>31</p>				

Equipo de Redes Sociales y Web

¿QUIÉN?

La gestión de las redes del centro y de este Plan Social Media no recae en una sola persona y su responsabilidad.

Los principales *responsables* del mismo son el equipo de Web y Redes Sociales con sus responsables por etapas:

- María Marijuan Martínez en Infantil y Primaria.
- Rodrigo Rodríguez Rodrán en ESO, Bach y Formación Profesional.

Además, y como se ha insistido varias veces al Claustro, además del equipo web-RRSS en todos sus miembros y en sus dos caras visibles como coordinadores, **es responsabilidad de todo el claustro de profesores generar contenido, seleccionarlos y facilitarlos al equipo para su publicación.**

Otra información

Fecha de realización:

- Marzo-Abril 2021

Motivo:

- Curso “Redes Sociales para Docentes”