

SOCIAL MEDIA CIFP

FORMACIÓN PROFESIONAL

- ✓ Punto de partida
- ✓ Objetivos
- ✓ Público
- ✓ Canales a utilizar
- ✓ Nuestra forma de comunicación
- ✓ Plan de contenidos
- ✓ Temporalización

PUNTO DE PARTIDA

- El CIFP cuenta desde hace dos años con un perfil muy básico en redes sociales.
 - posee un perfil en Facebook con un mantenimiento muy pobre y que se utiliza para publicar eventos importantes del centro y otras actualizaciones de interés.
 - Cuenta con una página web que ofrece una imagen e información básica del centro.
 - También contamos con una implementación muy básica de Moodle en las aulas que, a veces, se utiliza como red social y que agiliza la información entre el centro, alumnos y otros miembros de la comunidad educativa.
- Nos proponemos establecer y mantener una cordial y fluida relación entre los diferentes actores de la comunidad educativa, así como, con otras instituciones tanto educativas como de carácter social y empresarial.
- A día de hoy, nuestro plan de comunicación, tiene muchas deficiencias pero, en líneas generales cumple con el cometido asignado.

OBJETIVOS

Objetivos

- Potenciar la imagen del centro en la comunidad educativa y social.
- Dinamizar y agilizar la comunicación con las familias, empresas y público en general.
- Potenciar la fidelización con la imagen del centro.
- Trabajar en una buena identidad digital y de calidad.
- Establecer una comunicación fluida, directa y de confianza con empresas de diferentes sectores productivos.

PUBLICO

PÚBLICO

- Nuestro público son alumnos del centro, antiguos alumnos, profesores, familias, empresas, y público en general.

Debemos ofrecerles:

- Contenido relacionado con las especialidad de imagen y sonido, peluquería y estética y cocina ya que son los ciclos que se imparten en el centro.
- Deben ser contenidos atractivos y que se adapten a las exigencias de un público tan variado .
- Dosificaremos la información para evitar una sobresaturación e intentando evitar que un tipo de contenido resten importancia frente a otros.
- Se publicará información tanto en español como en inglés, sin ningún tipo de restricción en cuanto al idioma elegido.

CANALES A UTILIZAR

CANALES

- Seguiremos usando los canales de los que ya disponemos:
 - Web del centro.
 - Facebook.
 - Moodle.
- Introduciremos el uso de:
 - Instagram: con la intención de aprovechar el potencial audiovisual.
 - Twitter: buscando el protagonismos de debates ágiles, dinámicos.

NUESTRA FORMA DE COMUNICARNOS

COMUNICACIÓN

- Trasladaremos los estándares de comunicación utilizados en el centro a las RRSS, es decir, garantizando un uso responsable y respetuoso de las redes sociales.
- Cuidar y respetar la privacidad de alumnos, familias y demás usuarios de las RRSS.
- Practicar un pensamiento autocrítico antes de publicar.
- Prestar especial atención a las formas y redacción de los mensajes que publicamos.
- respetar y hacernos respetar siempre de una forma educada y, a ser posible, elegante e inteligente.
- Buscar un lenguaje ágil y que se adapte a un público variado con el que trabajamos.
- Potenciar el uso de la TIC en general y, especialmente aquellas utilizadas en los entornos educativos.

PLAN de CONTENIDOS

CONTENIDOS

El plan de contenidos se diseña teniendo en cuenta varios frentes:

- **Feedback.** Se presta especial atención a las sugerencias y propuestas de mejora a la hora de diseñar los contenidos.
- **Plan de contenidos.** El plan de contenido se dirige a potenciar y asentar la imagen de la institución, mejorar la visibilidad en las redes, agilizar la comunicación entre los distintos actores de la RRSS y crear una auténtica identidad digital.
- **Generación de contenidos.** La generación de contenidos se estructura en torno a cinco pilares básicos:
 - El auténtico protagonista de nuestras publicaciones son los alumnos.
 - La base de nuestras publicaciones son todo tipo de contenidos relacionados con el centro y, prestando especial atención a aquellos contenidos de otra forma no verían la luz.
 - Potenciar el uso de nuestras RRSS entre el profesorado.
 - Informar sobre las TIC en el aula: innovaciones, usos, ventajas, etc.
 - Informar sobre innovaciones y noticias destacables de relacionadas con sectores económicos vinculados a nuestro ciclos.

CONTENIDOS

- **Difusión.** Se establecerá un calendario semanal de publicaciones en las diferentes RRSS. Utilizaremos la web del centro como vehículo amplificador y reforzador de mensajes.
- **Amplificación.** Un aspecto muy importante a trabajar está en las relaciones con otras instituciones, familias, público “anónimo” en general y empresas. Hay que intentar conseguir que interactúen con nuestros mensajes: comentarios, like, retuit, etc.

TEMPORALIZACIÓN

TEMPEROLIZACIÓN DE PUBLICACIONES

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
WEB	Noticias	Actualización de contenidos					
Facebook	1 post		1 post		1 post		
Instagram	1 post	1 post	1 post	1 post	1 post		
Twitter	2 tweets	2 tweets	2 tweets	2 tweets	2 tweets		

- Los fines de semana no se realizará publicación alguna. Este criterio puede adaptarse en función de la evolución de los acontecimientos.
- Las diferentes publicaciones se repartirán de un modo equitativo entre los diferentes ciclos que se imparten en el centro
- El número de publicaciones se adaptarán a la circunstancias de cada momento, pudiendo aumentar considerablemente si fuera recomendable, aunque no disminuir.