

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS SOCIALES

ESCUELA OFICIAL DE IDIOMAS ESTEPONA

1. CONTEXTO DEL CENTRO Y SITUACIÓN DE PARTIDA

La Escuela Oficial de Idiomas de Estepona (EOI Estepona) necesita un plan de comunicación que organice la información institucional, facilite la relación con el alumnado y el entorno y dé visibilidad a la enseñanza pública de idiomas. La comunicación debe responder a las características propias de una escuela oficial de idiomas: alumnado mayoritariamente adulto, diversidad de objetivos personales y profesionales, distintos niveles de competencia lingüística y necesidad de consultar con claridad los procedimientos académicos y administrativos.

La comunicación del centro tendrá como prioridades ofrecer información fiable y actualizada sobre la oferta educativa, admisión y matrícula, horarios, calendario escolar, evaluación, pruebas de certificación, convocatorias, actividades culturales y proyectos del centro. También contribuirá a mostrar el valor del aprendizaje de idiomas a lo largo de la vida y la dimensión intercultural de la EOI.

1.1. Comunidad educativa y necesidades de información

- Alumnado actual: avisos académicos, horarios, asistencia, evaluación, pruebas, recursos de aprendizaje y actividades.
- Personas interesadas en estudiar en la EOI: oferta de idiomas y niveles, requisitos, modalidades, plazos y procedimiento de admisión y matrícula.
- Profesorado y departamentos: coordinación, difusión de actividades, calendario de publicaciones y criterios comunes de comunicación.
- Administración educativa y otras instituciones: información institucional, coordinación y difusión de proyectos compartidos.
- Entorno local: ciudadanía, entidades culturales y educativas, medios de comunicación y posibles colaboradores.

1.2. Canales y recursos

La web oficial del centro será el punto de referencia para la información institucional y los avisos que deban mantenerse accesibles. Se utilizarán las cuentas oficiales en redes sociales que el centro tenga activas y autorizadas, así como el correo corporativo y las plataformas institucionales habilitadas por la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional. La elección concreta de canales se revisará al inicio de cada curso y se evitará mantener perfiles duplicados, desactualizados o sin una persona responsable.

La disponibilidad de equipamiento, plataformas educativas, listas de distribución, cuentas corporativas y otros recursos específicos se comprobará con el equipo directivo antes de aprobar la versión definitiva. No se presuponen para este documento herramientas o perfiles cuya existencia en la EOI Estepona no haya sido confirmada.

1.3. Principios de actuación

- Centralizar la información oficial en la web o en el canal institucional que corresponda y utilizar las redes como vías de difusión.
- Publicar información clara, accesible, contrastada y coherente en todos los canales.
- Evitar la sobrecarga de mensajes y distinguir los avisos urgentes de las publicaciones divulgativas.
- Promover una comunicación respetuosa, inclusiva y sensible a la diversidad cultural y lingüística.
- Proteger los datos personales, la imagen del alumnado y los derechos de autor.
- Revisar periódicamente la identidad digital y la coherencia de los datos de contacto, horarios y enlaces.

2. OBJETIVOS

Los objetivos se plantean siguiendo el enfoque SMART: específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporalizados. Los indicadores y metas se revisarán al inicio del curso a partir de la situación real de los canales de la EOI Estepona.

2.1. Objetivos generales

- Facilitar información actualizada, precisa y útil sobre la EOI Estepona y su oferta educativa.
- Establecer canales oficiales de comunicación reconocibles y accesibles para el alumnado y las personas interesadas.
- Mejorar la comprensión de los procedimientos de admisión, matrícula, evaluación y certificación.
- Dar visibilidad a la actividad docente, cultural y complementaria de los departamentos.
- Fomentar el aprendizaje de idiomas a lo largo de la vida y la dimensión intercultural del centro.
- Fortalecer una identidad institucional coherente en la web, redes sociales y comunicaciones.
- Favorecer la participación del profesorado y la colaboración entre departamentos en la creación de contenidos.
- Garantizar una comunicación respetuosa con la normativa de protección de datos, accesibilidad y propiedad intelectual.

2.2. Objetivos específicos e indicadores

Objetivo operativo	Indicador de seguimiento	Periodicidad
Revisar y actualizar la información esencial de la web.	Lista de comprobación completada; enlaces y datos revisados.	Inicio de curso y antes de cada plazo clave
Difundir con antelación los principales plazos	Publicaciones realizadas según calendario; consultas	En cada periodo de admisión/matrícula

administrativos.	recurrentes detectadas.	
Mantener una presencia regular en los canales oficiales activos.	Número de publicaciones y cumplimiento del calendario editorial.	Mensual
Mostrar actividades culturales y proyectos de los departamentos.	Número y variedad de departamentos/idiomas representados.	Trimestral
Mejorar la utilidad de la información publicada.	Visitas, alcance, interacciones y consultas recibidas, según datos disponibles.	Trimestral
Garantizar la publicación segura de imágenes y datos.	Revisión de autorizaciones y ausencia de incidencias registradas.	Antes de publicar

3. ¿A QUIÉN NOS DIRIGIMOS?

- Alumnado oficial y, cuando proceda, alumnado libre que se presenta a pruebas de certificación.
- Personas interesadas en aprender idiomas o en obtener una certificación oficial.
- Profesorado, departamentos didácticos y personal de administración y servicios.
- Administración educativa y otros centros docentes.
- Instituciones culturales, bibliotecas, asociaciones y entidades del entorno de Estepona.
- Medios de comunicación y público general.

La comunicación se adaptará a las necesidades de cada público. Para la información administrativa se priorizarán la precisión, la claridad y la indicación de fechas, requisitos y enlaces oficiales. Para las publicaciones culturales y divulgativas se utilizará un tono más cercano, sin perder el carácter institucional.

4. ESTILO Y CRITERIOS EDITORIALES

- Usar un lenguaje claro, breve, inclusivo y respetuoso. Explicar siglas y procedimientos cuando sea necesario.
- En la web y en los avisos oficiales, emplear un tono formal y directo; en redes sociales, un tono más cercano y divulgativo.
- Comprobar fechas, enlaces, nombres de organismos y requisitos antes de publicar. La información normativa se enlazará a fuentes oficiales.
- Evitar la infoxación: una publicación debe comunicar una idea principal y orientar a una fuente ampliada cuando proceda.
- Usar imágenes, vídeos, infografías y textos alternativos cuando sea posible para favorecer la accesibilidad.

- Utilizar etiquetas o hashtags con moderación y pertinencia, especialmente los relacionados con idiomas, cultura y aprendizaje permanente.
- Respetar la netiqueta. Las consultas que contengan datos personales o requieran una respuesta individual se trasladarán a un canal privado oficial.
- No publicar calificaciones, listas con datos personales, información sensible ni imágenes identificables sin base legítima y, cuando corresponda, autorización.
- Utilizar materiales propios, con licencia adecuada o con atribución conforme a las condiciones de uso.
- Definir una persona responsable de cada publicación y un procedimiento de revisión para comunicaciones sensibles o urgentes.

5. CANALES Y CONTENIDOS

La selección definitiva de canales deberá corresponder a los perfiles oficiales realmente activos de la EOI Estepona. Los siguientes criterios describen la función recomendada de cada canal, sin dar por confirmada la existencia de cuentas concretas.

5.1. Canales públicos

Web oficial del centro

- Información institucional, ubicación, contacto, horarios de atención y organización del centro.
- Oferta de idiomas, niveles, modalidades y orientación para nuevas incorporaciones.
- Admisión, matrícula, anulación, traslado, evaluación, pruebas de certificación y enlaces a normativa vigente.
- Calendario escolar, horarios, avisos generales, actividades complementarias y proyectos.
- Enlaces a plataformas institucionales y perfiles sociales oficiales.

Redes sociales oficiales activas

- Recordatorios y difusión de noticias previamente publicadas en la web.
- Actividades de aula y proyectos didácticos, respetando la privacidad y las autorizaciones correspondientes.
- Efemérides lingüísticas y culturales, recomendaciones de lectura, cine, música y recursos para practicar idiomas.
- Actividades complementarias, intercambios, proyectos europeos u otras iniciativas, únicamente cuando se desarrollen en el centro.
- Información sobre la oferta educativa en periodos de orientación, admisión y matrícula, enlazando siempre a la fuente oficial.

Vídeo y materiales digitales

- Tutoriales breves para acceder a plataformas, consultar información o realizar trámites, cuando resulten necesarios.

- Vídeos o presentaciones que expliquen la oferta de idiomas, proyectos y actividades del centro.
- Subtítulos y medidas de accesibilidad cuando los recursos y medios disponibles lo permitan.

5.2. Canales de comunicación directa o restringida

- Correo electrónico corporativo: comunicación profesional, consultas y avisos individualizados que no deban difundirse públicamente.
- Plataformas institucionales autorizadas: comunicación académica, recursos y seguimiento, según las herramientas habilitadas para el centro.
- Atención presencial y telefónica: apoyo para quienes necesiten aclaraciones o no puedan acceder a los canales digitales.
- Mensajería instantánea: solo si el centro la autoriza, con criterios claros de uso y sin sustituir los canales oficiales. Se respetará el derecho a la desconexión.

Las redes sociales no se utilizarán para comunicar datos personales, calificaciones ni decisiones administrativas individualizadas. Cuando una consulta requiera identificar al alumno o acceder a su expediente, se indicará el canal institucional adecuado.

6. ACCIONES Y CRONOGRAMA ORIENTATIVO

Primer trimestre

- Designar a la persona responsable del plan y acordar el procedimiento de revisión de publicaciones.
- Auditar la web, los perfiles oficiales y los datos de contacto; corregir enlaces o información desactualizada.
- Preparar un calendario editorial anual con fechas administrativas, periodos de evaluación, actividades y efemérides relevantes.
- Difundir una guía de canales oficiales para el alumnado y las personas interesadas.
- Acordar con los departamentos un procedimiento sencillo para proponer noticias y aportar materiales.
- Comprobar los criterios de protección de datos, autorizaciones de imagen y derechos de autor.
- Establecer una línea de base de métricas disponibles para poder comparar resultados.

Segundo trimestre

- Revisar el cumplimiento del calendario editorial y ajustar frecuencia y formatos.
- Dar visibilidad a actividades de aula, propuestas culturales y proyectos de los distintos idiomas.
- Publicar información de orientación y recordatorios administrativos cuando corresponda, con enlaces a fuentes oficiales.

- Consultar al profesorado sobre la utilidad del procedimiento de difusión y detectar necesidades de apoyo.
- Analizar métricas e incidencias y acordar pequeñas mejoras.

Tercer trimestre

- Planificar la comunicación de los periodos de admisión, matrícula y pruebas que correspondan al calendario oficial.
- Revisar la claridad y accesibilidad de las preguntas frecuentes y de la información más consultada.
- Recoger datos de alcance, visitas e interacción de los canales disponibles.
- Elaborar una valoración final del plan, con logros, dificultades y propuestas para el curso siguiente.
- Actualizar el calendario editorial y los procedimientos de trabajo a partir de la evaluación.

7. RESPONSABLES Y COORDINACIÓN

La dirección del centro coordinará la aprobación y supervisión del plan. La persona designada como responsable de comunicación, en colaboración con quien tenga asignadas las funciones digitales que correspondan, organizará el calendario editorial, revisará la coherencia de los mensajes y realizará el seguimiento de los indicadores.

Los departamentos didácticos podrán proponer contenidos relacionados con actividades, proyectos, recursos y aspectos culturales de los idiomas que imparten. Antes de publicar, se comprobarán la exactitud de la información, la adecuación del canal, los derechos de uso de los materiales y la protección de datos. En comunicaciones urgentes o de especial relevancia, la publicación deberá contar con la validación del equipo directivo.

8. EVALUACIÓN Y PROPUESTAS DE MEJORA

La evaluación será continua y se realizará, al menos, al finalizar cada trimestre y al cierre del curso. No se valorará únicamente el número de seguidores o reacciones, sino también si la información llega a tiempo, es comprensible, conduce a fuentes oficiales y reduce dudas repetidas.

- Web: visitas, páginas más consultadas, accesos a información administrativa y enlaces que requieren actualización, según las herramientas disponibles.
- Redes sociales: alcance, impresiones, seguidores, interacciones, clics y publicaciones que generan más consultas, según las estadísticas de cada plataforma.
- Comunicación interna: cumplimiento de plazos, participación de los departamentos y valoración del procedimiento de propuesta y revisión.
- Calidad y seguridad: incidencias de publicación, correcciones necesarias, accesibilidad y cumplimiento de los criterios de privacidad.
- Satisfacción: comentarios y consultas recurrentes; si procede, breve consulta al alumnado y al profesorado.

Al inicio del curso se registrarán los valores de partida disponibles. Las metas cuantitativas se fijarán después de conocer esos datos, evitando establecer cifras arbitrarias. La memoria final recogerá resultados, incidencias, aprendizajes y acciones de mejora para el siguiente curso.

ANEXO I. FICHA DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL

Indicador	Dato inicial	Resultado del trimestre	Medida de mejora
Actualización de web y enlaces			
Publicaciones previstas realizadas			
Visitas / alcance de los canales			
Interacciones y consultas recurrentes			
Participación de departamentos			
Incidencias de privacidad o correcciones			