



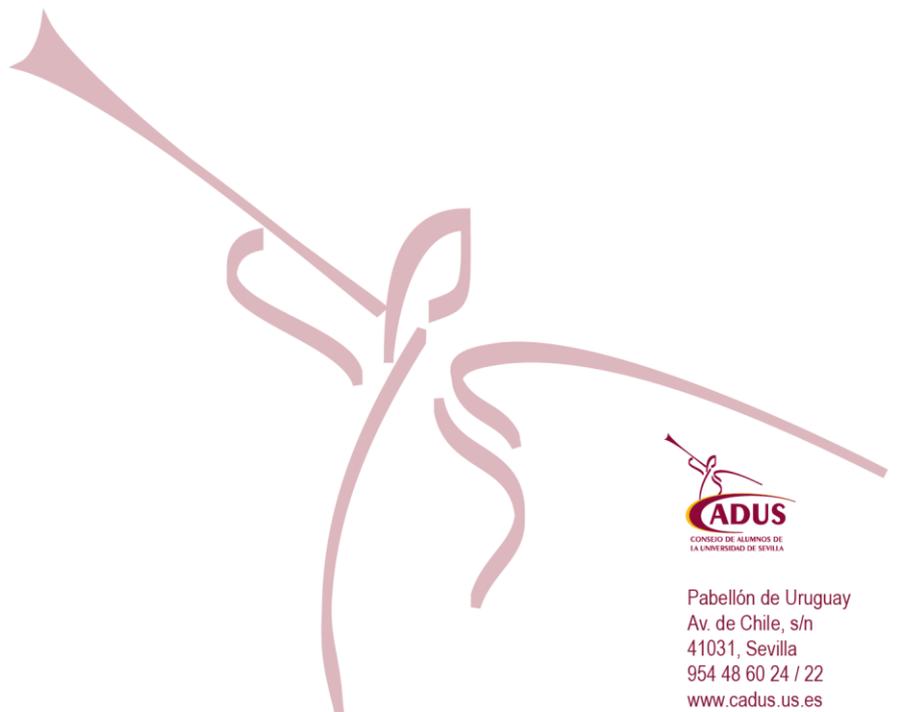
Acuerdo 59/PC 15-12-22

El Pleno del Consejo de Alumnos de la Universidad de Sevilla, reunido en sesión Ordinaria el 15 de diciembre de 2022 acuerda:

La aprobación de la Moción sobre el Social Media Plan.

En Sevilla, a 15 de diciembre de 2022

Fdo.: Alfonso Campuzano Jiménez



Pabellón de Uruguay
Av. de Chile, s/n
41031, Sevilla
954 48 60 24 / 22
www.cadus.us.es
dcadus@us.es

Solicitud de Moción

APROBADA

RECHAZADA

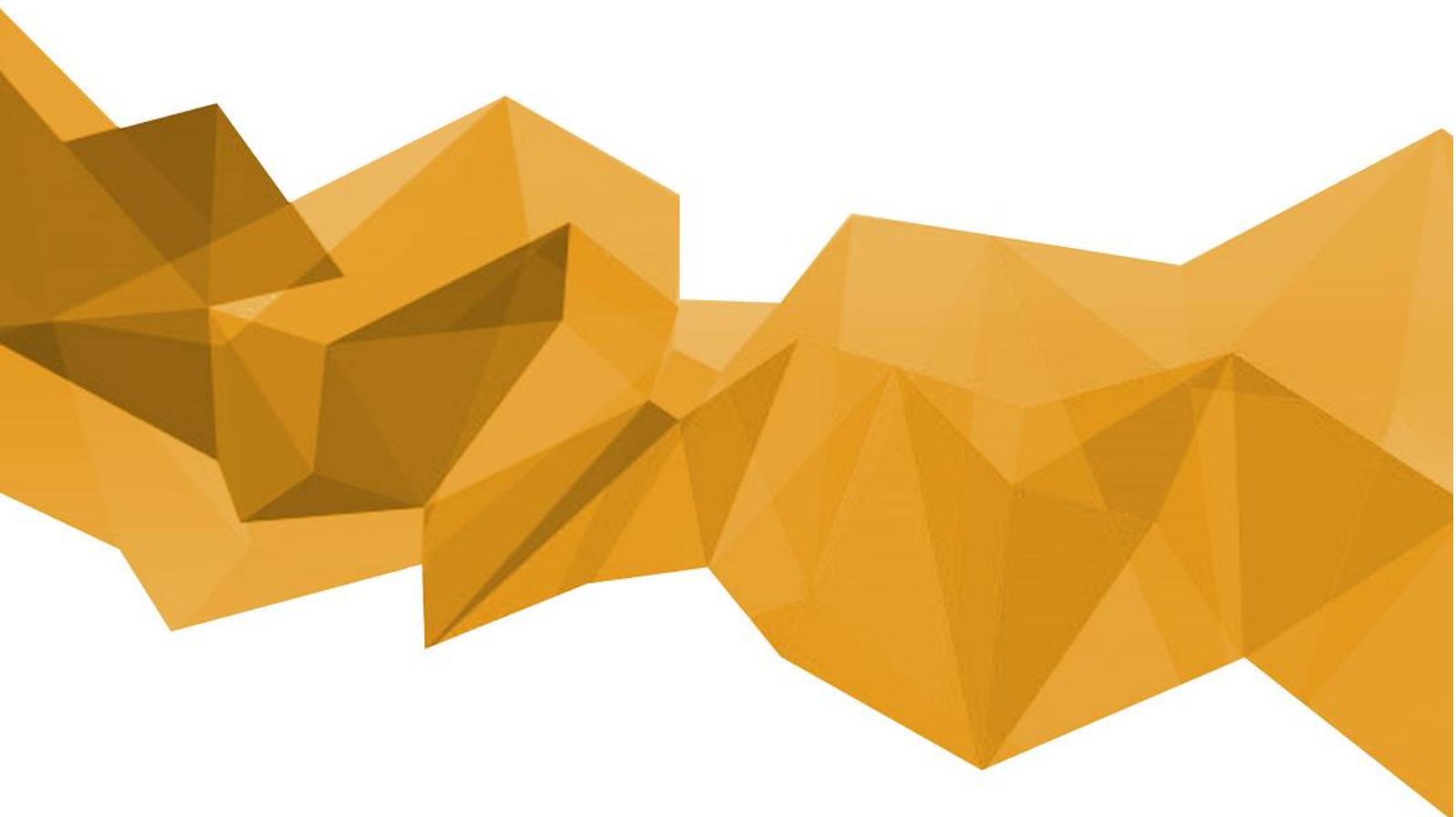
Nombre de la Resolución	Moción sobre el Social Media Plan
Referencia	MOC-20221215-2
Propone	Delegación del Consejo de Alumnos de la Universidad de Sevilla

Uno de los fines principales del Consejo de Alumnos de la Universidad de Sevilla es el de informar al estudiantado de los asuntos más relevantes de la Universidad de Sevilla que les afectan. Para ello, el CADUS debe establecer líneas estratégicas de comunicación que permitan difundir el trabajo y las actividades desarrolladas por el CADUS de forma que la información sea transmitida de la forma más eficiente al estudiantado. De este modo, este plan busca sentar las principales líneas de comunicación en cada red social del CADUS durante el periodo comprendido entre los meses de enero y marzo del año 2023, sin limitar el carácter dinámico y efímero de la información, que hace necesario la adaptación del plan a cada circunstancia y momento concreto.

Además, se pretende analizar la labor comunicativa del CADUS y el contenido de cada red social, así como establecer el público objetivo de la información, buscando aumentar el alcance y el impacto de las acciones del CADUS.



Social Media Plan



**CONSEJO DE ALUMNOS DE
LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA**
PABELLÓN DE URUGUAY. AV. CHILE S/N

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
ANÁLISIS INTERNO.....	3
ANÁLISIS DAFO DEL CADUS EN REDES.....	3
<i>TARGET</i>	3
MEDIOS UTILIZADOS ACTUALMENTE.....	4
OBJETIVOS Y PLAN DE COMUNICACIÓN.....	4
ESTRATEGIA DE CONTENIDO	4
HORARIOS DE PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN.....	5
PLAN DE REDES SOCIALES.....	5
CRONOGRAMA.....	6

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo presentar las actividades que se realizarán en las distintas redes sociales que el Consejo de Alumnos de la Universidad de Sevilla mantiene a diario. El Social Media Plan se define como medio de proyección y organización para planificar una vía de contacto con las personas representadas por este Consejo de Estudiantes en sus diversos medios de comunicación.

Las redes sociales son una estrategia actual que permite el estrecho contacto entre la comunidad universitaria, ofreciendo el uso de estas plataformas un medio para que dicha comunidad tenga conocimiento de lo que se realiza desde la representación estudiantil.

ANÁLISIS INTERNO

ANÁLISIS DAFO DEL CADUS EN REDES

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• No verificados en Instagram.• Difusión de contenidos que no interesen al estudiantado.• Poco interés del estudiantado por la representación estudiantil• Dificultad para llegar al estudiantado.	<ul style="list-style-type: none">• Poca difusión por parte de la Universidad de Sevilla• Presencia de movimientos no legitimados para la representación estudiantil.• Poca corrección informativa de diversos medios de comunicación.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Buen alcance en Twitter.• Disponibilidad de medios adecuados para la creación de contenido• Legitimidad al ser un órgano oficial de la Universidad de Sevilla.• Cuenta verificada en Twitter.• Aval de 40 años de historia.	<ul style="list-style-type: none">• Utilización de las redes sociales para un mayor alcance.• Posibilidad de usar diferentes tonos en las diferentes redes.• Creación de campañas que capten a nuevos seguidores entre el estudiantado.• <i>Feedback</i> continuo con el estudiantado.• Empleo de los medios de comunicación propios de la Universidad de Sevilla.

TARGET

Estudiantado

Conseguir alcanzar a todo el estudiantado de la Universidad de Sevilla es la principal prioridad del CADUS a la hora de emplear las redes sociales, puesto que son las personas a las que representa para los que se hace el contenido que se comparte por los diversos medios. Las redes que más cercanía permiten son Twitter e Instagram, por lo que los mensajes para este público son principalmente a través de estas.

Aunque el principal objetivo sea el estudiantado de la Universidad de Sevilla, para lo que se cuenta con el apoyo de las distintas Delegaciones de Centro, también es de interés llegar al público que aún no ha entrado en su etapa universitaria para que desde que ingresen en la Universidad de Sevilla conozcan al CADUS.

Medios de Comunicación

De acuerdo con los fines de un Consejo de Estudiantes, los cuales son representar y defender a los estudiantes, en ocasiones se deben difundir las problemáticas y las reivindicaciones del estudiantado a un sector más amplio de la población, para lo cual se busca ayuda de los medios de comunicación como soporte para que la sociedad conozca las acciones y peticiones del CADUS.

MEDIOS UTILIZADOS ACTUALMENTE

Twitter

Es una de las redes sociales en las que más contenido genera el CADUS, debido a su sencillez, rapidez e instantaneidad. El público actual se centra sobre todo en los estudiantes de la Universidad de Sevilla, aunque también es una puerta hacia los medios de comunicación, ya que permite que los distintos periódicos puedan acceder a nuestras acciones y publicarlas. A este respecto se destacan varias publicaciones del *Diario de Sevilla*.

En dicho medio se suele publicar, de la misma manera, el contenido que se comparte en Instagram. Para el periodo que comprende este Social Media Plan se planea realizar contenido específico para Twitter, así como procurar que el contenido relevante se encuentre en el texto del tweet más que en la imagen que lo acompaña.

Instagram

Esta es la red social en la que se mantiene una mayor interacción con el público objetivo: el estudiantado. En ella se hace uso de las publicaciones, las historias destacadas y, en ocasiones destacadas, se publican vídeos que acompañan determinadas campañas.

Para el periodo que comprende este Social Media Plan se planea organizar el contenido que se difunde, compartiendo mediante publicaciones la información más relevante y duradera, utilizando las historias destacadas para recopilar la información relacionada de mayor interés y las historias para la información que urge compartir. Con ello se pretende no saturar al estudiante con la continua publicación de *posts*, además de ofrecer una mayor facilidad a la hora de encontrar el contenido al que se quiere acceder.

TikTok

Durante el XXVI Salón de Estudiantes se creó la cuenta de TikTok del CADUS, destinada a la publicación de contenido menos formal y más participativo con el estudiantado, así como para la publicidad de determinadas campañas o eventos.

Se fija como objetivo para el periodo comprendido por este Social Media Plan la creación de más material para TikTok, realizando campañas y actividades más cercanas y con la participación directa del estudiantado.

OBJETIVOS Y PLAN DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE CONTENIDO

Generar mayor cantidad de contenidos interactivos. Permitir que el estudiantado transmita directamente sus opiniones y dudas respecto a las ideas, propuestas o actuaciones del CADUS. Desde un «¿Qué problemas tienes?» en Instagram, a aportar la confianza necesaria para que interactúen con los tweets del

CADUS en Twitter. También, recordar la posibilidad de emplear los Mensajes Directos (DM) para que los estudiantes puedan preguntar o comentar al CADUS cualquier asunto que estimen oportuno. En la misma línea, se propone la realización de contenido más participativo, apostando por la organización de actividades en las que el estudiantado deba etiquetar a las redes sociales del CADUS, como la realización de pequeños concursos, pruebas, entre otras.

Una de las principales líneas estratégicas del CADUS es informar al estudiantado de lo que acontece en la Universidad de Sevilla, siendo el principal foco de la estrategia comunicativa, empleando las redes sociales como medio para alcanzar dicho fin.

HORARIOS DE PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN

Los principales horarios para compartir el contenido programado son de 12:00 a 16:00 y de 19:00 a 21:00, siendo los horarios en los que se observa mayor alcance de los contenidos publicados. Si la campaña lo requiriese, excepcionalmente, se comparten en otros horarios más oportunos.

PLAN DE REDES SOCIALES

Twitter

Se planea interactuar con más agentes además de las Delegaciones de Centro, a través de una mayor cantidad de retweets, tanto de las mismas Delegaciones de Centro como de estudiantes de la Universidad de Sevilla.

Esto servirá para mostrar el trabajo realizado por los integrantes de la Delegación del CADUS, así como para apoyar y difundir información propia de las Delegaciones de Centro.

Se empleará un lenguaje más cercano, que facilite la comunicación estudiante a estudiante y favorezca un acercamiento del CADUS como compañeros estudiantes y no como una institución externa al estudiantado.

Instagram

Esta red es muy útil para conocer de primera mano la opinión de los seguidores, ya sea a través de las herramientas de las historias, a través de DM o Comentarios. Continuando la estrategia ya puesta en marcha, se pretende seguir mejorando la interacción en esta red social.

Se va a emplear un lenguaje más personal, que apele directamente al estudiantado, que es el *target* principal en esta red social.

TikTok

Las características de esta red hacen que pueda realizarse un contenido más ameno para el estudiantado y que facilite la transmisión de la información. Además, puede emplearse para dar más cabida a los estudiantes dentro de las actividades del CADUS, así como para organizar eventos en los que se mantenga un contacto de primera mano con el estudiantado.

CRONOGRAMAⁱ

MES	SEMANA	CAMPAÑA / PUBLICACIÓN
ENERO	2 al 8	Exposición 40.º Aniversario: Facultades de Psicología y Filosofía
		Campaña propósitos Año Nuevo
	9 al 15	11 de enero: Difusión publicación 1ª adjudicación ERASMUS
		Campaña informativa sobre derechos en relación con el periodo de exámenes
	16 al 22	Exposición 40.º Aniversario: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
		Campaña de ampliación de matrícula
	23 al 29	Exposición 40.º Aniversario: Facultad de Turismo y Finanzas
30 al 5	Exposición 40.º Aniversario: Centro Internacional	
	Difusión Jornada de puertas abiertas CADUS	
FEBRERO	6 al 12	Campaña Jornadas de Formación de la Escuela de Formación de Representantes Estudiantiles de la Universidad de Sevilla
	13 al 19	Campaña funcionamiento ERASMUS
		Exposición 40.º Aniversario: Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica
	27 al 5	Campaña elecciones a la Delegación del CADUS
		Exposición 40.º Aniversario: Facultad de Bellas Artes
		28 de febrero: Publicación por el día de Andalucía
1 de marzo: Cambio de logo al morado		
MARZO	6 al 12	Campaña día de la Mujer
	13 al 19	Acto clausura 40.º Aniversario
	20 al 26	Campaña informativa Becas MEFP
	27 al 2	31 de marzo: Día de la Visibilidad Trans

ⁱ En las diversas campañas pueden producirse adiciones, supresiones o modificaciones, tanto en plazos como en forma de difusión, según atienda a las necesidades del momento o la Delegación del CADUS estime oportuno.