



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DE TLAXCALA

PLAN ANUAL DE DIFUSIÓN 2022



TLAXCALA
UNA NUEVA HISTORIA

DEPARTAMENTO PRENSA Y DIFUSIÓN
DIRECCIÓN VINCULACIÓN

MISIÓN: Ser un departamento de la Universidad Tecnológica de Tlaxcala, que impulse la participación de todas las áreas y que involucre a todos los grupos de la comunidad universitaria: como actores de la promoción, difusión y posicionamiento de la UTT, mediante la utilización de herramientas tecnológicas y capital humano para mostrar a los diferentes sectores de la sociedad su excelencia académica mediante una imagen innovadora.

VISIÓN: Ser área líder en la difusión, promoción y posicionamiento de programas de la Universidad Tecnológica de Tlaxcala, estatal, nacional e internacionalmente.

¿Cómo se consolidarán las metas y proyectos propuestos para este 2022?

Actualmente las redes sociales se han convertido en más que un simple medio de comunicación, han evolucionado de tal manera que ahora no solo influyen en conexiones personales y sociales, sino que ahora también **influyen en la manera de hacer negocios.**

Durante este 2022 haremos uso de estas herramientas para generar contenido en nuestro ámbito laboral, que hasta ahora ha sido de mucha ayuda para captar el interés de los jóvenes que están por ingresar a sus estudios universitarios; además de dar certeza y legalidad a las empresas sobre la preparación profesional de nuestros egresados. Para el ejercicio 2022 hemos determinado trabajar por metas ya que de manera mensual buscaremos facilitar y medir el progreso, mejorar la productividad y reforzar el compromiso establecido.

EMISIÓN DE CONVOCATORIAS 2022

1ERA. ETAPA
01 de febrero al 29 de abril



2DA. ETAPA
02 de mayo al 12 de agosto

Convocatorias de Carreras en línea



Maestría

El departamento de prensa se encarga de realizar la promoción de la oferta académica con la que cuenta la Universidad.

El Departamento de Servicios Escolares, lleva a cabo el proceso de inscripciones.

Objetivo: Lograr una mayor visibilidad y generar tráfico cualificado en la web (visita de personas altamente interesadas), además de dar certeza y legalidad de la institución al sector empresarial.

Una correcta estrategia de redes sociales para la Universidad ofrece grandes ventajas para fortalecer la presencia de la institución entre el público objetivo. Para lograr incrementar la matrícula es necesario establecer mayor promoción de la oferta educativa en espacios de difusión oficiales como la página web y redes sociales, además de vincular a los municipios con los que se firmó convenios de colaboración.

FACEBOOK. Realizaremos una campaña permanente y estrategia eficaz para promocionar la oferta educativa con el objetivo de que llegue a un grupo más abierto de personas, es decir; padres de familias y alumnos de la región UTT.

INSTAGRAM. De la mano de Facebook dirigiremos anuncios a usuarios específicos y crearemos contenido de alto valor para Instagram.

WHATSAPP. Conectaremos al sitio web de la universidad y redes sociales con whatsapp que es el medio más usado este año. Crearemos una campaña de entrega de mensajes a bandeja de entrada de WhatsApp, lo que nos permitirá además de dar una mejor atención, recopilar una base de datos de los interesados.

Contenido especializado para **YouTube, Twitter.**

Creación de contenido: fotografías, producción de video, contenido interno para alimentar las redes de Facebook, e Instagram.

- Videos explicativos, promocionales, recorridos virtuales por las instalaciones.
- Actualización del video institucional.
- Producción fotográfica para destacar las ventajas en infraestructura que posee la universidad.
- Para incrementar el número de seguidores en las redes sociales de la universidad, y vincular a los estudiantes impulsaremos concursos educativos, culturales y de ciencia y tecnología; mismos que serán publicadas en la página web y votadas para elegir a la ganadora.

REDISEÑO DE LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD. Los sitios de las universidades han sufrido una transformación en cuanto a tendencias de diseño, experiencia de usuario, arquitectura de la información y soluciones técnicas, con estas acciones buscamos hacer más fácil el acceso y atractivo para nuestros usuarios.

Radio UTT. El Departamento de Prensa y Difusión en coordinación con la Dirección de Tecnologías de la Información y del Departamento de Servicios Estudiantiles, propone la creación de una radio, que se transmita a través de una plataforma para dar a conocer la información de las carreras, fechas importantes, avisos, además de abordar temas académicos y de interés para los alumnos.

CURSO APRENDER A HABLAR EN PÚBLICO Y ANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN: el objetivo es preparar a los jóvenes que participarán como locutores de radio y establecer conductores para los eventos deportivos, culturales y artísticos que se realizan en la institución.

3ERA ETAPA ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Cobertura de eventos institucionales y generación de comunicados oficiales.
- Colocación de propaganda de la universidad en puntos estratégicos de la región UTT.
- Capacitación en redes sociales para personal, con el objetivo de sumarnos a la estrategia de comunicación del Gobierno del Estado.

Publicación de notas informativas en redes sociales y en la pág. web.

Producción de capsulas / videos de corta duración para promocionar las instalaciones, servicios y laboratorios.

Campaña y concurso de capsulas, videos o cortometrajes en donde los alumnos muestren una historia o aspecto de la universidad y sus carreras.

Programa de vinculación con empresas/ colocación de propaganda de la universidad (carteles).

Producción de capsulas informativas sobre becas, área de internacionalización, y fortalezas de la universidad.

4TA. ETAPA: ACTIVIDADES DE CIERRE

Evaluación de resultados:

- Análisis de resultados con lo planeado en las metas, realizando una revisión comparativa con el ciclo inmediato anterior con la captación de alumnos de nuevo ingreso.

Planeación.

- Planteamiento de metas para el año 2022 con base a la evaluación del presente Plan de Difusión 2022.

Evaluación de Avances

- Al finalizar cada etapa de convocatoria se deberá realizar reunión ejecutiva con la finalidad de realizar ajustes y/o validar el plan de difusión.




APROBO

MTRA. MARIANA RODRÍGUEZ OLGUÍN



GOBIERNO DEL ESTADO DE TLAXCALA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TLAXCALA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN

Depto. Prensa y Difusión 2022