



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**CAMPAÑA NACIONAL
DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

2024 - 2025



Introducción

Los principios del Gobierno de México expresados en el Plan Nacional de Desarrollo buscan cimentar las bases para construir una sociedad justa, pacífica, libre, solidaria, democrática, próspera, consciente y participativa. Tales principios se conquistan reorientando las políticas públicas, así como la manera en que son transmitidas a la población. Consecuentemente, el uso adecuado de la identidad institucional adquiere relevancia al ser el mecanismo que proyecta los valores del Gobierno de México y permite homogeneizar las piezas de comunicación.



Presentación



La comunicación institucional tiene la función de transmitir a la sociedad, las acciones y logros en materia educativa.



Brindar información clara, oportuna y útil, permite fortalecer a la institución para dar credibilidad y con ello generar confianza.

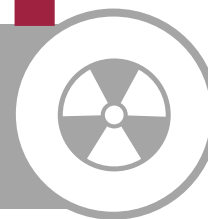


La comunicación debe servir a diversos sectores para atender su entorno y necesidades.

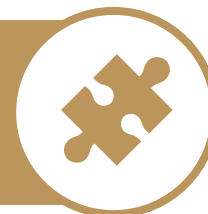


La Campaña Nacional de Promoción y Difusión (CNPD), es una estrategia nacional para aumentar el nivel de preferencia del CONALEP, fortalecer el valor de un Profesional Técnico Bachiller y posicionar la identidad de la institución, dando a conocer los beneficios, la oferta educativa, la Educación Dual, Servicios Tecnológicos y de Capacitación y la evaluación de certificación de competencias que ofrece el Colegio.

Promocionar y difundir los servicios educativos del Sistema CONALEP para contribuir en la matrícula de nuevo ingreso.



Contribuir a revalorar la formación de profesionales técnicos como una opción que permitirá un acceso al mercado laboral o la posibilidad de ingresar al nivel superior.



Posicionar al CONALEP como una institución comprometida con la excelencia que ofrece educación técnica, capacitación, servicios tecnológicos y de certificación a los sectores que lo requieran.





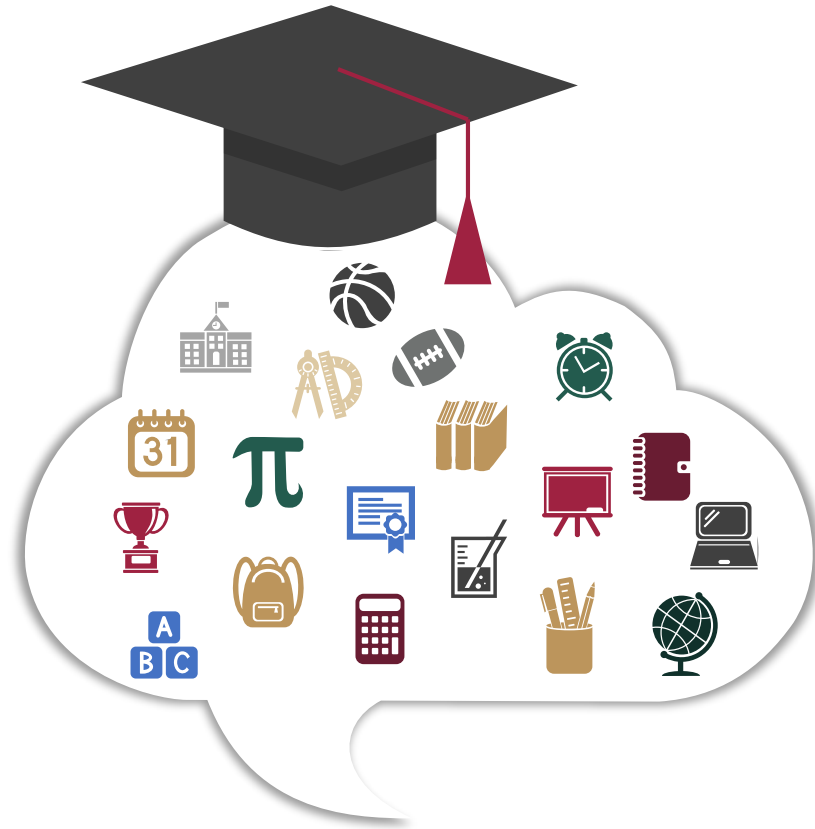
Objetivos específicos

- Promocionar entre los alumnos del último grado y en jóvenes egresados de secundaria los servicios institucionales y la oferta educativa que ofrece el CONALEP.
- Difundir entre los jóvenes, padres de familia y/o tutores, con el apoyo de los orientadores vocacionales y del sector productivo, la amplia vinculación y flexibilidad del Modelo Académico.
- Difundir entre los alumnos, padres de familia y el sector productivo la Educación Dual, como una opción educativa de primer nivel que oferta el colegio, siendo este el pionero en la misma.
- Impulsar la Vinculación Institucional para incorporar al sector productivo y otros organismos, a nuestros egresados del Colegio.
- Promover los servicios adicionales que ofrece el CONALEP, tales como los servicios tecnológicos, capacitación, evaluación y certificación de competencias laborales, servicios tecnológicos, actividades internacionales.
- Resaltar las actividades culturales, deportivas, en atención presencial de acuerdo con las disposiciones relativas con la nueva normalidad y de responsabilidad social que contribuyen a la formación del estudiante.



Población objetivo

- ❖ Alumnos de tercer grado de secundaria.
- ❖ Padres de familia y/o tutores de alumnos.
- ❖ Egresados de educación secundaria (generaciones anteriores).
- ❖ Orientadores vocacionales.
- ❖ Egresados del CONALEP.
- ❖ Sector productivo y aliados estratégicos.
- ❖ Público en general interesado en la certificación de competencias.





Documentos normativos

- Estatuto Orgánico del CONALEP.
- Manual General de Organización del CONALEP.
- Convenio de Coordinación para la Federalización de los Servicios de Educación Profesional Técnica.
- Decretos de Creación de los Organismos Públicos Descentralizados CONALEP en las Entidades Federativas.
- Manual de Identidad Gráfica 2018-2024, Gobierno de México.
- Manual de Identidad Gráfica 2018-2024, Secretaría de Educación Pública.
- Guía de Identidad Gráfica Institucional del Sistema CONALEP 2024.
- Manual de Procedimientos de la Dirección de Vinculación Social.



Guía de Identidad Gráfica Institucional del Sistema CONALEP

Contiene los elementos visuales fundamentales que construyen la identidad gráfica del CONALEP, en la que se establecen las especificaciones técnicas, **que de carácter obligatorio, deberán observarse para el uso del logotipo institucional en cualquier aplicación**, principalmente en la papelería oficial, en los materiales de promoción y difusión y en los elementos de señalización; con la finalidad de fortalecer el posicionamiento y la identidad gráfica de nuestra institución, en todos los niveles de operación del Sistema CONALEP.





Etapas de la CNPD



Sensibilización

**Octubre - Diciembre
2024**



Consolidación*

**Enero - Junio
2025**



Cierre de Campaña

**Julio - Septiembre
2025**

NOTA: De acuerdo con las necesidades del Colegio Estatal, la CNPD se puede mantener activa durante todo el año.

* Para efectos de seguimiento y evaluación, la etapa de consolidación se reporta en dos periodos.



Etapa 1.- Sensibilización*

Octubre - Diciembre 2024



Se realiza contacto con autoridades educativas para solicitar el acceso a los planteles de educación secundaria.



Visitas a secundarias para presentar al Colegio y proponer el plan de acciones de promoción que se pretende realizar.



Presentación de la oferta educativa del CONALEP a Directores y Orientadores vocacionales de los planteles de su área de influencia. Se sugiere hacer una reunión conjunta.



Dinámicas de interacción con alumnos de secundaria y difundirlas a través de redes sociales institucionales.



Reunión con padres de familia, de acuerdo a la información reportada por el Director de la secundaria, para informar a los padres de familia y sus hijos las ventajas del CONALEP.



En las visitas de promoción a secundarias, se propone desarrollar una plática breve con los alumnos, colocación de carteles, entrega de dípticos digitales, y promover las visitas guiadas en los planteles CONALEP, entre otras.



Etapa 2.- Consolidación

Enero-Junio 2025

Visitas a Secundarias

Plática detallada sobre el Modelo Académico y la Oferta Educativa, resaltando el apoyo de becas, actividades internacionales, certificados de competencias laborales, y fortalezas del Colegio. Visita guiada presencial a planteles.

Visitas Guiadas a los Planteles CONALEP

Proyección de un video Institucional, plática sobre la flexibilidad del Modelo Académico, la Oferta Educativa, intercambio académico y realizar un recorrido presencial, por el plantel; se debe cuidar la imagen del plantel asegurando una buena presentación de sus instalaciones.

Reunión con Padres de Familia

Esta acción es continuación de la primera presentación.

El promotor buscará crear un diálogo abierto y de interés con los padres de familia.

Casos de éxito

Presentación de un caso de éxito.

Elegir a un egresado que platique sobre su experiencia personal, laboral y profesional.

Un docente CONALEP y sus posibilidades de trabajo.

NOTA: Se sugiere realizar las actividades, así como obtener evidencia y contar con la participación de los padres de los alumnos.



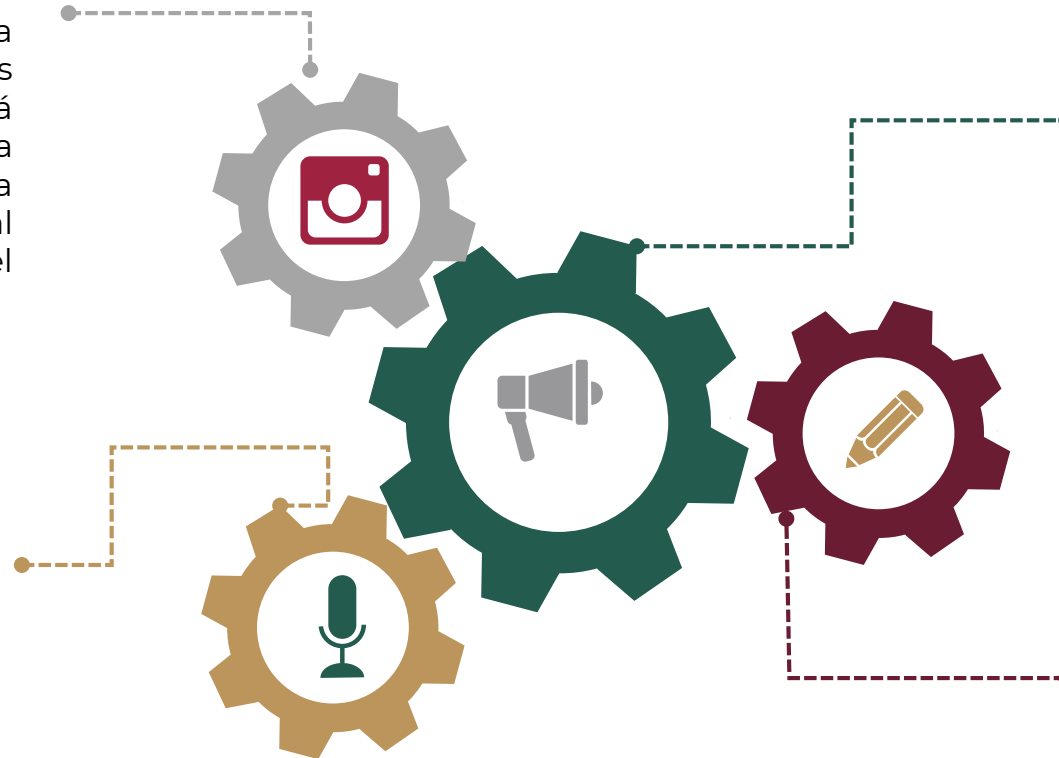
Actividades complementarias

Redes Sociales

El contenido que se difunda a través de las diferentes redes sociales del CONALEP, deberá considerar de manera prioritaria actividades de la oferta educativa y de promoción y ser dirigido al público objetivo que tiene el Colegio.

Difusión en medios de comunicación

Los tiempos comerciales, inserciones, medios electrónicos, impresos, redes sociales y medios complementarios son independientes a los obtenidos y autorizados por la SEP-SEGOB, a través de tiempos oficiales.



Promoción en bardas, mantas y perifoneo

Consultar la Guía de Identidad Gráfica Institucional 2024, para unificar los criterios de diseño. Las líneas comunicacionales son importantes para el contenido de mensajes.

Material promocional impreso y utilitarios

Esta actividad la realizan los Colegios Estatales, conforme a su presupuesto autorizado y necesidades.



Sugerencias

Ferias

La opción perfecta para dar a conocer al público objetivo la oferta educativa y los servicios que ofrece el CONALEP, así como las ventajas y fortalezas.

Participación en ferias educativas, proporcionar toda la información relevante sobre el Colegio que esté al alcance de los usuarios.

La comunicación general del stand es crucial ya que éste es percibido por el público como un reflejo de lo que es el CONALEP.

Es por esto que el stand debe llamar la atención visual e impactar con contenido innovador para captar la atención de los visitantes.

Redes Sociales

Estrategia orgánica en la que se deben generar contenidos mixtos enfocados a nuestro público objetivo, los cuales pueden ser: la difusión de logros del CONALEP (académicos, deportivos y culturales), convocatorias, intercambio académico, convenios, u otro material según la temporada del año.

Promoción en bardas, mantas, radio y televisión

Medio masivo en el cual se aprovecha la activación del sentido auditivo y visual, generando resultados de recordatorio y reforzamiento de la campaña publicitaria.



Etapa 3.- Cierre de Campaña

Acciones principales:

Julio - Septiembre 2025



Evaluación de resultados

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



Planeación

Planteamiento de metas para el año 2025, con base a la evaluación de la CNPD 2023-2024



3. Puntos fundamentales de comunicación



Posicionar al CONALEP como una institución sólida, versátil, innovadora y emprendedora; proporcionando a la vez una imagen de vanguardia, dinámica e interactiva.



Aumentar el nivel de preferencia del CONALEP, como institución formadora de Profesionales Técnicos Bachiller de calidad, que desarrollan habilidades y competencias certificadas permitiéndoles incorporarse al sector productivo o continuar con sus estudios superiores, destacando o sobresaliendo entre egresados de otras instituciones.



Ofertar matrícula de nuevo ingreso y reinscripción en los planteles, evitar el abandono escolar, así como la participación de los padres de familia fomentando el vínculo con el Colegio.

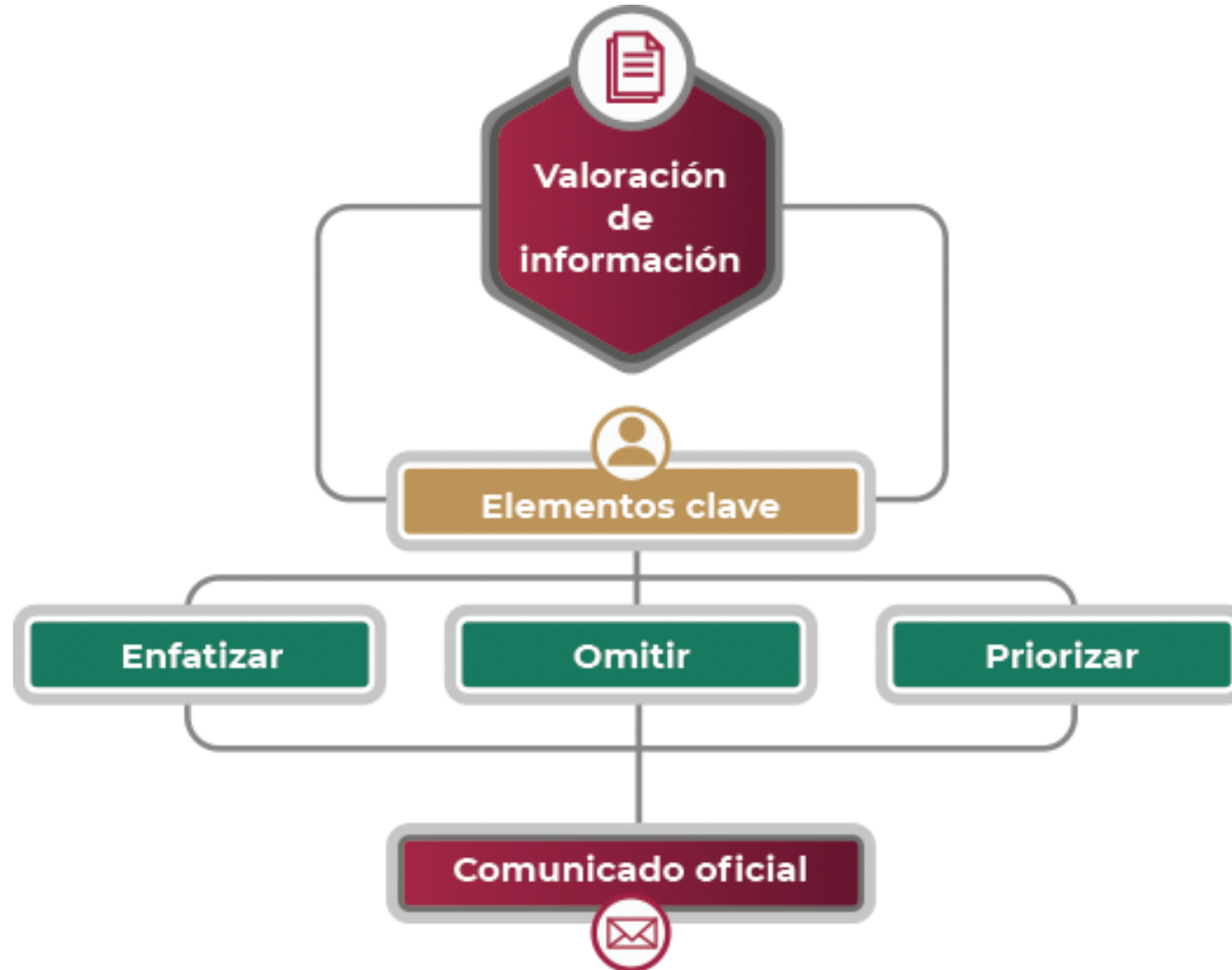


Organizar ferias y exposiciones, campañas masivas por correo electrónico, redes sociales, difusión a través de spots de radio, publicidad móvil, espectaculares, menciones, entrevistas por radio y T.V., paneles publicitarios, dar difusión oficial en periódicos y revistas locales, perifoneo, así como conferencias de prensa.

Lo anterior se realizará conforme al presupuesto otorgado para el ejercicio fiscal con el que cuente el Colegio Estatal.



Criterios para el manejo de la información



Criterios para el manejo de la información

Es importante elaborar una agenda temática en la cual se deberá seleccionar información que, inicialmente, pueda interesar a los medios de comunicación.

Para llevar a cabo esta agenda, se deberá evaluar la diversidad de contenidos que genera cada una de las áreas, para valorar la información que debe ser difundida.

Difundir mucho no es igual a difundir bien.

Un mensaje con **1** contenido es captado por el **90%** de la audiencia.

Un mensaje con **2** contenidos es captado por el **60%** de la audiencia.

Un mensaje con **3** contenidos es captado por el **40%** de la audiencia.

Un mensaje con **4** contenidos es captado por el **10%** de la audiencia.





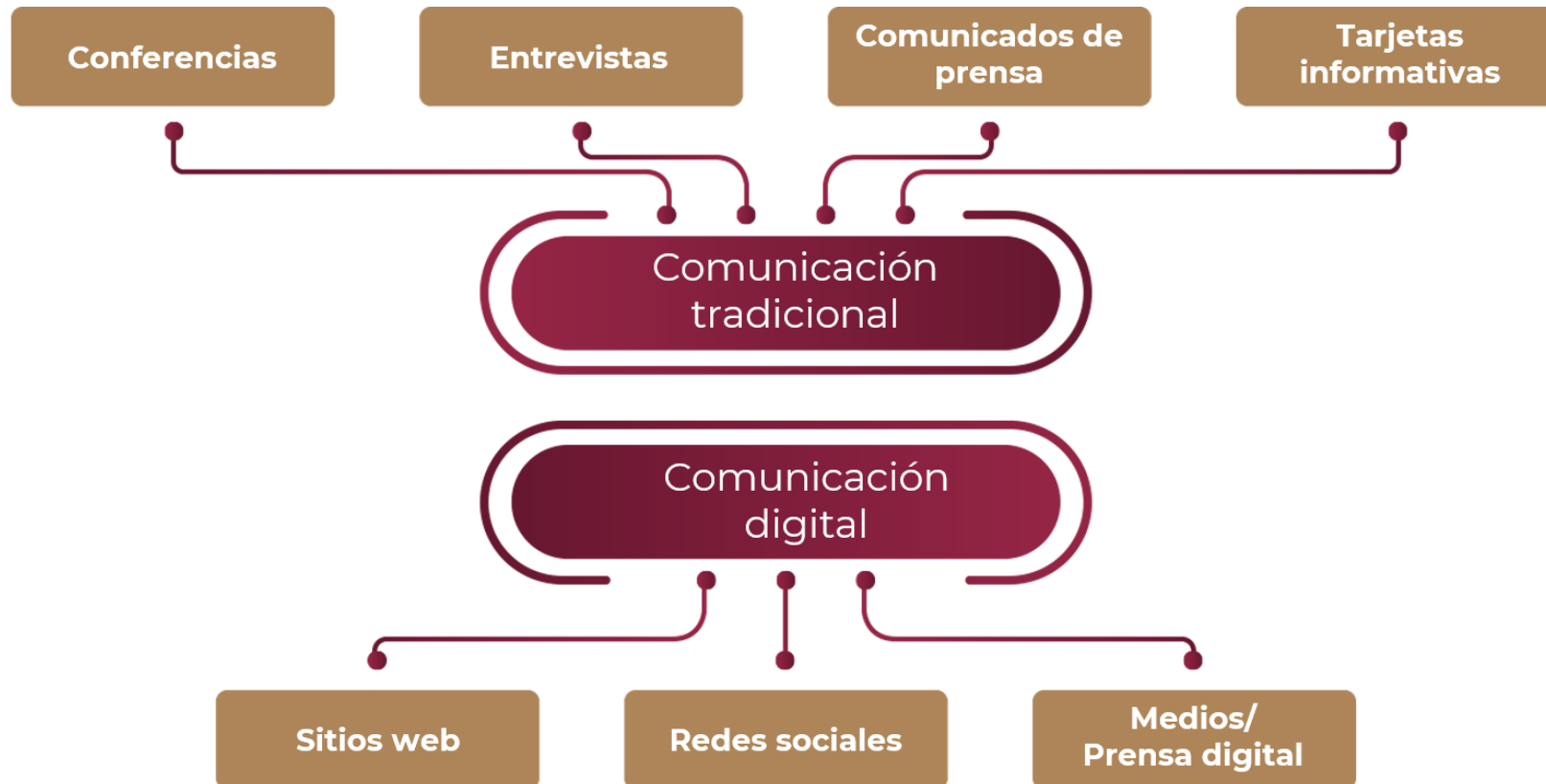
Criterios de comunicación en materia educativa

- La información debe aportar hechos y resultados sobre el quehacer institucional de los Colegios Estatales y planteles. Evitar descripción de procesos, centrarse en objetivos y resultados.
- Debe considerarse una estrategia de comunicación clara, eficiente, puntual y proactiva en los distintos medios de comunicación digitales e impresos.
- La organización en los planes de ejecución permitirá una programación global precisa en materia de comunicación entre el público objetivo (estudiantes, padres de familia, docentes y administrativos del Sistema CONALEP, empresarios y aliados estratégicos).
- El plantel debe reportar al colegio estatal, cualquier avance en los objetivos establecidos.
- Desarrollar una estrategia de comunicación, para fidelizar e interrelacionar las acciones de los Planteles con los estudiantes y el Colegio Estatal.



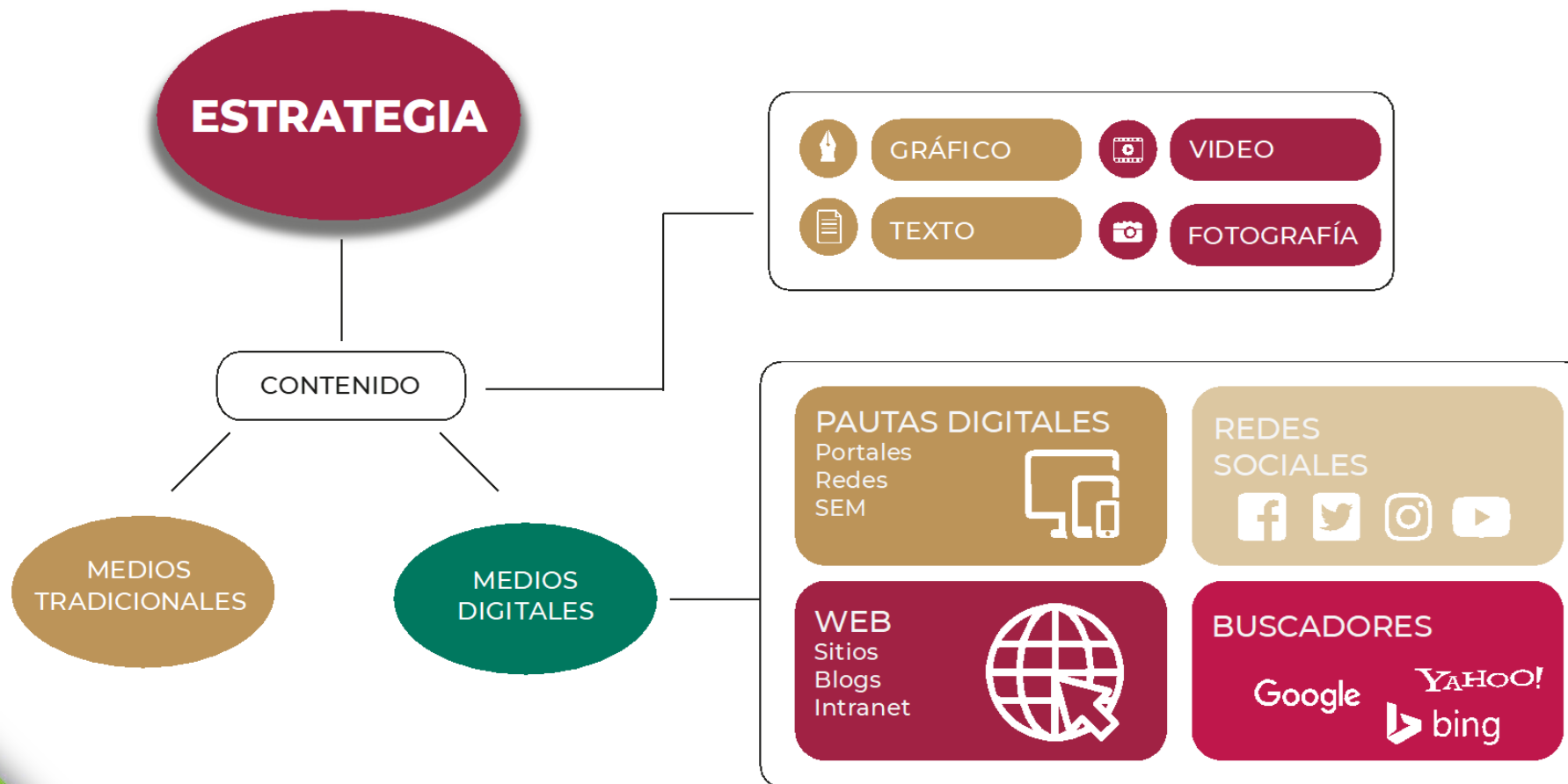
Criterios de comunicación en materia educativa

Se deben elaborar líneas de comunicación sobre los programas a difundir, así como establecerse un calendario de ejecución, a través de:





Criterios de comunicación digital





4. Campaña Nacional para la Promoción de la Educación Dual



OBJETIVO DE LA EDUCACIÓN DUAL

Ofrecer una alternativa de formación de calidad y de excelencia, con mayor certeza de incorporación al sector productivo. El sector productivo contará con personal altamente calificado que contribuya al desarrollo de la empresa y del país.



OBJETIVO DE LA CAMPAÑA DE EDUCACIÓN DUAL

Promocionar y difundir los beneficios de la Educación Dual, para aumentar el nivel de preferencia de esta modalidad entre nuestros estudiantes.





¿CÓMO FUNCIONA?

- 1 Se lleva a cabo un proceso de preselección por parte del plantel
- 2 La empresa realiza la selección de los alumnos que se incorporarán
- 3 Los estudiantes se incorporan a partir del 3er semestre y cuentan con planes de rotación de puestos de aprendizaje en las empresas
- 4 La evaluación es una combinación del resultado de las actividades en la empresa y en el plantel
- 5 Cumplen el tiempo establecido en la empresa y en el plantel para seguimiento con su tutor académico

TRANSFORMANDO VIDAS

¿CÓMO FUNCIONA?

- 1 Se lleva a cabo un proceso de preselección por parte del plantel
- 2 La empresa realiza la selección de los alumnos que se incorporarán
- 3 Los estudiantes se incorporan a partir del 3er semestre y cuentan con planes de rotación de puestos de aprendizaje en las empresas
- 4 La evaluación es una combinación del resultado de las actividades en la empresa y en el plantel
- 5 Cumplen el tiempo establecido en la empresa y en el plantel para seguimiento con su tutor académico

TRANSFORMANDO VIDAS



Ejemplos de materiales





5. Lineamientos del Gobierno de México

Criterios de comunicación digital

1. **No autonombrarse**, hablar en primera persona del plural: hicimos, realizamos, etc.
2. En Facebook, no pegar el comunicado completo. Los posteos deben ser de dos párrafos máximo y **no superar las 6 líneas en total**.
3. Publicaciones constantes. **No pueden pasar más de 24 horas sin publicación**, para esto es importante crear un plan anual, mensual y parrillas semanales de contenidos.
4. **No llenar cuentas con RT´s o SHARE´s**, ya que se pierde la información propia del Colegio. No más de dos.
5. **Los links deben de cuidar la vista previa** que arroja, inclusive se puede cambiar por una imagen propia.
6. **La publicación debe indicar: la acción y el objetivo/fin de ésta**; no sólo indicar que se encuentra en reunión, y dejar “al aire” el mensaje
7. Cuidar la **resolución de las imágenes**
8. No subir **artefactos fuera de formato**
9. **No tener cuentas** más allá de las permitidas de Twitter y Facebook
10. **No debe faltar el HT oficial #CONALEP**



6. Indicadores

- ❖ Los indicadores intervienen en el proceso para verificar y dar a conocer con oportunidad los resultados de la Campaña Nacional de Promoción y Difusión, a través del registro oportuno en el Sistema Institucional de Información Estadística (SIIE), con el fin de validar su impacto. Es importante contar con la información de los indicadores en tiempo y forma.
- ❖ Los indicadores deben reflejar datos veraces y fiables, ya que el análisis de la situación que permitirá obtener los resultados para la mejora continua e integrar el Informe de Labores para la H. Junta Directiva del CONALEP.
- ❖ Los resultados de la CNPD 2024-2025, se deberán de reportar de manera mensual en el SIE.
- ❖ Es importante alcanzar las metas que se plantean al inicio del año reportadas en el mismo sistema.



8. Consideraciones

En la Campaña Nacional de Promoción y Difusión 2024-2025 y en las diversas estrategias de comunicación que se utilicen, se deben incluir cuatro aspectos fundamentales en la difusión:

I.- Responsabilidad Social

Cultura Ciudadana

- Responsabilidad Social en el uso de los derechos y cumplimiento de obligaciones.
- Principios cívicos y éticos con visión humanística.
- Igualdad y equidad de género.
- Prácticas orientadas al cuidado de la salud e identificación de adicciones.
- Práctica del deporte para una vida saludable como método para la prevención de adicciones.



Cultura Ambiental

- Responsabilidad Social para el cuidado y conservación del entorno ambiental.
- Uso sostenible de los recursos naturales (agua).
- Reciclado, uso y aprovechamiento de desechos.
- Confinamiento de desechos



Cultura Emprendedora

- Impulso al espíritu emprendedor.
- Identificación y desarrollo de "Talentos".
- Visión emprendedora con Responsabilidad Social para el desarrollo de la comunidad.





8. Consideraciones

II.- Fomento al Deporte para combatir el sobrepeso y la obesidad

Desarrollo de Programas Deportivos

- Programas de activación física que fomenten el combate a la farmacodependencia, abatir el sobrepeso y obesidad, además de fomentar el medio ambiente sano.
- Programas deportivos para toda la comunidad CONALEP.
- Fomentar el deporte como una medida de prevención a la obesidad en la población del Sistema CONALEP.



III.- Atención a Padres de Familia

Formación Integral

- Dar a conocer la formación de calidad e integral que el Sistema CONALEP inculca a sus alumnos.
- Involucrar a los padres de familia en la formación integral de sus hijos.



IV.- Compromiso Social

Servicios Comunitarios

Atención y asistencia Social en materia de salud y servicios de sustentabilidad a la comunidad del entorno al plantel



Capacitación Social

Capacitación para el fomento a la competitividad y desarrollo de la comunidad.



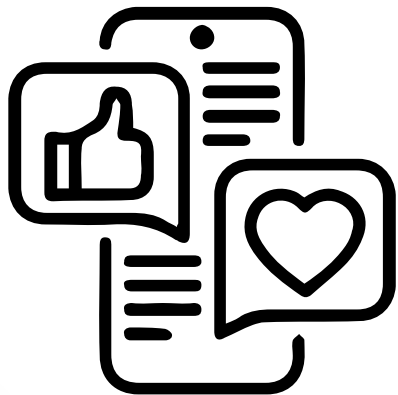


9. Mejora continua de la CNPD

Acciones:

Promoción específica y dirigida a padres de familia

Los padres de familia son los que inciden en alto porcentaje la decisión y elección de la institución educativa de sus hijos, por lo tanto, es importante fortalecer las pláticas con padres de familia de manera presencial.



Reunión con jefes de proyecto o encargados de promoción de los Colegios Estatales

A efecto de homogenizar criterios en la operación de la campaña, así como establecer formas de registro y control de la misma; se realizará la capacitación a Colegios Estatales y ellos a su vez, a los planteles.





10. Estrategias de promoción y difusión

- ✓ Elaborar un plan de medios con el objetivo de realizar la promoción del CONALEP, en los alumnos y padres de familia, así como en el sector productivo y aliados estratégicos.
- ✓ Fortalecer el valor de un Profesional Técnico y posicionar la identidad de la institución, para generar un impacto positivo a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Realizar un estudio sobre el Impacto de las Acciones de Promoción Institucional de la Campaña a implementar, con el objetivo de contar con un análisis de resultados y obtener una retroalimentación de la efectividad del impacto en los medios utilizados.
- ✓ Generar habilidades y destrezas para informar los servicios educativos del CONALEP, a la población objetivo, de manera creativa, adoptado a su propio entorno.

Las estrategias de promoción y difusión usualmente deberán de ser aplicadas a corto plazo, (etapa de inscripciones).





EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**CAMPAÑA NACIONAL
DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN
2024 - 2025**

