



La EOI, en el 'top ten' de las escuelas en redes sociales

La Escuela de Organización Industrial destaca en la difusión de la formación, enfocada a los intereses de los estudiantes, así como en el fomento de la interactividad entre los alumnos

L. P. MADRID.

Existen muchas maneras de construirse una buena reputación y las redes sociales son hoy en día una pieza clave. Por ello, las escuelas de negocio están presentes en estos canales para aproximarse a ese futuro estudiante o seguir un contacto con los antiguos alumnos.

El *Social Media* se ha convertido en una herramienta perfecta para satisfacer el deseo de información y las escuelas han sabido aprovecharlo.

¿Qué se puede hacer en redes sociales? Y ¿cómo hacerlo? La Escuela de Organización Industrial (EOI), parece saberlo porque lidera el *ranking* que mide el impacto y la visibilidad en las redes sociales de las universidades y escuelas de negocio españolas, según el estudio elaborado por la consultora Alianzo.

La investigación ha tenido en cuenta la relación de las instituciones educativas con los medios sociales, su presencia en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn o Youtube), además del uso de blogs y de otras herramientas del mismo tipo. El estudio otorga a EOI



THINKSTOCK

una valoración de 74 de Alianzo Score 2.0., la más alta, seguida de Esade, la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y la Universidad de Salamanca (USAL).

Alianzo ha utilizado una combinación de criterios: universidades

españolas categorizadas por docencia e investigación, universidades españolas presentes en el *ranking* mundial y universidades listadas exclusivamente por Wikipedia.

EOI, que comenzó su presencia en redes sociales en 2008, cuenta con cerca de 15.000 *followers* en Twitter, mientras que en Facebook, los fans se acercan a los 7.000. Por su parte, el grupo principal de la escuela en LinkedIn supera los 7.300 miembros. Por otro lado, la presencia también es considerable en Youtube, con cerca del millón de reproducciones del canal. También se amplía la presencia de la Business School en Google Plus.

En relación a los blogs, la escuela cuenta con más de 1.400 activos, ya que cada alumno tiene el suyo en una clara apuesta por potenciar este medio social.

Con esta valoración, se reafirma el papel de la EOI, como referencia dentro del ámbito de la Educación Superior a todos los niveles. De hecho, el último listado publicado otorga a la institución el cuarto puesto a nivel nacional y el 26 en el ámbito mundial.