



PLA DE COMUNICACIÓ

EN REVISIÓ



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	3
2. PÚBLIC-OBJECTIU.....	3
3. OBJECTIUS DEL PLA DE COMUNICACIÓ	4
3.1 ORGANITZAR I PLANIFICAR LA COMUNICACIÓ INTERNA I EXTERNA DEL CENTRE I AFAVORIR EL FLUX D'INFORMACIÓ ENTRE ELS DIFERENTS MEMBRES DE LA COMUNITAT EDUCATIVA	5
3.1.1 <i>Objectius i accions de comunicació destinades al professorat</i>	6
3.1.2 <i>Objectius i accions de comunicació destinades a l'alumnat</i>	7
3.1.3 <i>Objectius i accions de comunicació destinades al PAS.....</i>	8
3.1.4 <i>Objectius i accions de comunicació destinades a les famílies del nostre alumnat.....</i>	8
3.2 POTENCIAR LA DIFUSIÓ DE LA CARTA DE SERVEIS DEL CENTRE.	8
3.3 MILLORAR LA REPUTACIÓ EN LÍNIA O FORA DE LÍNIA DEL CENTRE.....	9
3.4 FER DIFUSIÓ DE L'OFERTA FORMATIVA DEL CENTRE.....	9
4. EQUIP DE MILLORA DE COMUNICACIÓ	10
5. AVALUACIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ.....	10

EN REVISIÓ



1. Introducció

En una organització educativa com és l'Institut de l'Ebre ens hem de preocupar per la comunicació cap a tots els destinataris dels nostres serveis amb la finalitat de donar a conèixer la nostra missió i visió i la carta de serveis que prestem.

Una bona comunicació corporativa busca no només enviar un missatge de forma unilateral, sinó promoure el diàleg per tal de millorar la seva actuació i aconseguir l'empatia. En el cas d'una institució pública, on la comunicació va dirigida als legítims propietaris del servei públic, requereix unes especials dosis de claredat, veracitat, transparència i d'interacció amb els ciutadans.

No podem oblidar que la generalització de l'ús d'internet, les xarxes socials i la telefonia mòbil han revolucionat la comunicació en les darreres dècades, no només augmentant el nombre de canals de comunicació, sinó també creant un marc multidireccional que provoca canvis essencials en la relació de les persones i organitzacions; sense oblidar el paper creixent dels elements multimèdia i que l'estructura del llenguatge canvia. Cal esmentar també que una bona comunicació interna entre les persones que treballen a l'institut millora d'una forma decisiva la qualitat dels serveis que es presten als membres de la comunitat educativa.

Perquè la comunicació sigui efectiva és essencial destriar els destinataris i els canals o suports comunicatius sempre que es pugui. Quan ens adrecem a la comunitat educativa, ja sigui de manera conjunta mitjançant el web, les publicacions, les xarxes socials, etc., o de manera personal, hem de garantir la claredat dels nostres missatges.

2. Públic-objectiu

Tenint en compte les característiques del nostre centre hem de diferenciar els següents públics-objectius:

Interns:

- Professorat: organitzats en departaments i/o famílies professionals
- Alumnat: representats pels seus delegats
- Personal d'administració i serveis: secretaria i consergeria
- AMPA i famílies de l'alumnat
- Consell Escolar: amb representants de l'Ajuntament, de l'alumnat, del professorat, del PAS i dels pares i mares.

Externs

- a. Empreses i agrupacions empresarials, Cambra de Comerç, sindicats, associacions d'empresaris, etc.
- b. Treballadors per compte propi o aliè.
- c. Departament d'Ensenyament i altres departaments de la Generalitat de Catalunya així com també d'altres organismes estatals.
- d. Altres centres educatius de secundària o primària.
- e. Universitats

EN REVISIÓ



- f. Ajuntaments i Consell Comarcal
- g. Associacions de caràcter privat
- h. Proveïdors
- i. Mitjans de comunicació

3. Objectius del Pla de Comunicació

Amb aquest Pla de Comunicació tractem d'optimitzar els fluxos d'informació i d'organitzar una comunicació eficient i diferenciada segons els destinataris i el seu grau d'implicació en el projecte.

En la planificació de fluxos hem de diferenciar diferents estratègies de comunicació que conjuguen la comunicació

- "one to one", de persona a persona
- "one to many", que engloba la informació que es canalitza des d'un càrrec a diferents persones
- "many to many", que inclou aquells suports en què es permet la comunicació no només bidireccional sinó també on múltiples usuaris contribueixen i reben informació des de diferents suports i canals.

La realització d'un pla de comunicació naix de la necessitat de coordinar totes les accions de comunicació que es duen a terme cada any, així com la necessitat de crear una estratègia de comunicació corporativa que permeti transmetre de forma coherent la nostra identitat.

Comunicacio corporativa



INTERNA

Comunicació directa
Publicacions/butlletins
Correu electrònic
Correu postal
Taulell d'anuncis...

EXTERNA

Telèfon
Web
Xarxes socials
Publicitat/anuncis
Apps: whatsapp,
Videoconferències...



EN REVISIÓ



Ens plantegem aquests objectius:

Objectiu 1	Organitzar i planificar la comunicació interna i externa del centre, i afavorir el flux d'informació entre els diferents membres de la comunitat educativa potenciant la participació de tota la comunitat.
Objectiu 2	Potenciar la difusió de la carta de serveis del centre.
Objectiu 3	Millorar la reputació en línia i fora de línia del centre i la imatge del centre.
Objectiu 4	Fer difusió de l'oferta formativa del centre.

3.1 Organitzar i planificar la comunicació interna i externa del centre i afavorir el flux d'informació entre els diferents membres de la comunitat educativa

D'una banda, la comunicació interna abasta totes aquelles situacions comunicatives que tenen lloc perquè l'organització funcioni correctament. Són actuacions de comunicació interna les instruccions, els missatges de correu electrònic, les reunions de treball, etc.

D'altra banda, l'eina corporativa de comunicació interna en qualsevol organització gran és la intranet. Aquesta xarxa de comunicació interna és el portal del treballador per accedir a tota la informació referent a la institució, des dels valors, la cultura organitzativa, els plans de treball, etc., fins a les informacions referents a personal, normativa, documentació, etc.

Durant el curs 20-21 s'ha realitzat un canvi d'eina de gestió de la documentació del centre i es farà una migració de l'Isotools a l'leduca. Tot el professorat tindrà accés a aquest nou gestor amb els permisos oportuns segons les seves necessitats.



Perquè la comunicació interna sigui efectiva tothom a l'organització n'ha de ser corresponsable, perquè tots els departaments, càrrecs de coordinació i càrrecs unipersonals de govern generen informació que s'ha de posar a l'abast de tothom. Aquesta implicació de tota l'organització ajuda a crear identitat corporativa, promou la transparència i, per descomptat, permet fer d'una manera més eficient la feina de tothom.

A continuació es poden veure detallades les accions de comunicació encaminades a millorar la comunicació amb els diferents públics interns i externs.

3.1.1 Objectius i accions de comunicació destinades al professorat

Objectiu: millorar la comunicació entre el professorat i la comunicació de l'Equip Directiu i/o diferents càrrecs organitzatius amb la resta de personal docent

Accions:

a) Utilització del correu electrònic personal com a eina base de comunicació

Tot el professorat del centre quan s'incorpora rebrà un correu electrònic personal amb el domini iesebre.com que permet l'accés a totes les aplicacions del Gsuite.

b) Creació de grups de difusió que aglutinin professorat

Per tal d'agilitzar la comunicació cada curs s'actualitzen diferents grups de difusió:

- Grups de difusió per correu electrònic (claustre, tutors, caps de departament) per tal de permetre l'enviament d'un mateix missatge a diferents membres de forma ràpida i còmoda.
- Grups de whatsapp (caps de departament) per tal de poder comunicar missatges que necessiten resposta immediata o com a mitjà recordatori.

c) Implementació d'una nova eina de gestió: Ieduca

S'implanta una nova eina de gestió que inclou la possibilitat de comunicació "one to one" / "one to many". L'Ieduca permetrà enviar missatge:

- entre professorat
- a tot un equip docent
- comunicar guàrdies
- comunicar absències, etc.

d) Enviament d'un correu setmanal d'informació: cada dilluns l'Equip Directiu comunicarà la planificació de la setmana a tot el claustre. En aquest comunicat setmanal s'especificarà:

- Planificació de les reunions de la setmana
- Noves incorporacions al centre
- Sortides
- Reconeixements a professorat per accions realitzades

e) Elaboració i difusió d'una Newsletter

- Enviament de newsletter resum de totes les activitats que s'han realitzat al centre durant el període (trimestral).



f) Realització i distribució d'una agenda amb la planificació de reunions i altres dades

d'interès: a l'inici de curs el professorat rebrà una agenda amb informació d'interès com

- Calendari escolar
- Programació general de l'Institut
- Política de qualitat i resum fitxa del procés d'ensenyament-aprenentatge
- Avaluació diagnòstica i pla de treball pedagògic
- Reunions planificades
- Planificació tutorial (en el cas de ser tutor)
- Possibilitat d'incloure blocs específics per fer el seguiment del procés d'ensenyament-aprenentatge per mòduls

g) Realització de reunions presencials/Meet: dintre de la planificació anual del centre s'inclouran diferents reunions presencials o via Meet:

- **Reunions equip docent**
- **Reunions tutors**
- **Reunions equips docents**
- **Consell assessor**
- **Reunions equip directiu**
- **Reunions de qualitat**
- **Reunions de departament**

h) Implementació de l'apartat "professorat" a la pàgina web del centre. Aquest apartat inclou enllaços a les principals eines que necessita el professorat per a la seva funció docent.

i) Implementació de Moodles de suport de tutoria. Des de la coordinació pedagògica s'implementaran diferents moodles:

- **Moodle suport acció tutorial:** documents necessaris per a l'acció tutorial, recursos sobre tècniques d'estudi, per millorar la convivència, etc.
- **Moodle IPOP**

3.1.2 Objectius i accions de comunicació destinades a l'alumnat

Objectius: millorar la comunicació amb l'alumnat del centre

Accions:

a) Implementació d'una nova eina de gestió: Ieduca

S'implanta una nova eina de gestió que inclou la possibilitat de comunicació "one to one" / "one to many". L'Ieduca permetrà enviar missatge:

- A un alumne en concret / a tot el grup classe
- L'alumnat serà informat del control de faltes
- L'alumnat podrà ser informat del seguiment de l'avaluació

b) Utilització del correu electrònic i del Gsuite personal com a eina base de comunicació. Al igual que el professorat l'alumnat rebrà un correu electrònic personal amb el registre de domini iesebre.com

EN REVISIÓ



- c) **Planificació i realització de reunió de delegats.** Al llarg del curs es planifiquen les següent trobades amb els delegats
- Reunió inicial: novembre
 - Consell delegats: desembre, febrer, març, abril, maig
- d) **Moodle/Google Classroom o similar.** Un espai de formació però també de comunicació que permet enviar informació a l'alumnat, i comunicar-li informació d'interès per al seu procés d'aprenentatge com les activitats que ha lliurat, les notes de les activitats, comentaris sobre el desenvolupament de les seves tasques, etc.

3.1.3 Objectius i accions de comunicació destinades al PAS

Objectius: millorar la comunicació i la gestió online dels tràmits de secretaria

Accions:

- a) **Disponibilitat d'una secretaria online**
S'ha apostat per actualitzar alguns dels processos de secretaria per adaptar-los a la nova situació i afavorir les gestions online.

3.1.4 Objectius i accions de comunicació destinades a les famílies del nostre alumnat

Objectiu: millorar i automatitzar la comunicació amb les famílies de l'alumnat

- a) **Implementació d'una nova eina de gestió que permet la comunicació directa i automàtica amb les famílies de l'alumnat**
La nova eina permetrà
- Convocar a les famílies a reunions
 - Enviar notificacions de faltes d'assistències
 - Enviar altres tipus de missatges del seu interès (faltes greus, etc)
- b) **Potenciar el contacte i comunicació amb les famílies a través de reunions:**
- Reunió amb famílies d'inici de curs
 - Reunions entre famílies i tutors quan sigui convenient
- A) **Consolidació de l'AMPA com a organisme de referència pel que fa a l'organització de les famílies.** L'objectiu de comunicació respecte l'AMPA és fomentar la informació sobre l'organisme i les activitats que realitza en vers la comunitat educativa (per exemple, les beques d'estudi).

3.2 Potenciar la difusió de la carta de serveis del centre.

- a) **Creació d'una carta de serveis destinada a l'alumnat i una carta de serveis destinada a les empreses.**

EN REVISIÓ



Dissenyar una carta de serveis en format paper i en format digital per implementar-la al web del centre

- b) **Realització de reunions amb empreses, entitats de l'entorn i participació en activitats de difusió de l'oferta formativa i la carta de serveis.**
- c) **Work cafè de l'Institut de l'Ebre per fomentar les relacions amb les empreses i fer difusió de la formació dual.** L'objectiu de l'acció és obrir les portes de l'institut a les empreses i entitats de l'entorn així com presentar la carta de serveis, informar sobre la formació dual i fomentar la detecció de necessitats de formació per part de les empreses.
- d) **Gravació i edició d'un vídeo sobre la formació dual.** Es tracta d'un vídeo per promocionar la formació dual on apareixeran empresaris, alumnat i exalumnat que explicaran la seva experiència.

3.3 Millorar la reputació en línia o fora de línia del centre

- **Creació de material publicitari i de comunicació del centre:** carta de serveis, Photocall, productes de marxandatge, etc.
- **Millorar la relació amb els mitjans de comunicació de la zona** per tal que aquelles notícies que generen els diferents departaments puguin publicar-se així com aconseguir que ens convidin a participar en programes de difusió.
- **Realització d'un pla de màrqueting digital del centre que permeti planificar i organitzar totes les accions de comunicació digital que realitza l'institut a través dels diferents canals que té actualment oberts:**
 - Web
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter
- **Creació de vídeos promocionals per famílies professionals.** Enregistrament de 11 vídeos promocionals per famílies per fer difusió a través de les xarxes socials i la televisió local.

3.4 Fer difusió de l'oferta formativa del centre.

- **Comunicar la nostra oferta de serveis a possibles futurs alumnes** a través de la presència a diferents fires i esdeveniments tant en línia com fora de línia: assistència a fires virtuals d'ocupació, visites a altres instituts, etc. i a través del SIOP
- **Organització d'una Jornada de Portes obertes al centre**, presencial o en línia.

EN REVISIÓ



- **Difusió de l'oferta formativa del centre a través de les plataformes digitals:** web i xarxes socials.
- **Realització de campanyes de publicitat en mitjans locals i/o xarxes socials per promocionar els diferents estudis que oferim.**

4. Equip de millora de comunicació

Des de l'equip directiu hem impulsat la creació d'un equip de millora de comunicació, on hi ha representades la majoria de les famílies professionals /departaments del centre. La persona responsable d'aquest equip de millora és la secretària del centre, Elisa Puig, i compta amb una persona que actua de facilitadora de l'equip, que és Marta Grau, de la família de comerç i màrqueting.

L'equip de millora de comunicació, té com a objectius:

Objectius a assolir:	• Potenciar les xarxes socials com a canal de comunicació per a l'alumnat i les famílies. • Difusió de la nova carta de serveis. • Elaboració del pla de comunicació Erasmus. • Realització de vídeos per cicles i/o departaments per actualitzar el web i utilitzar-los en fires i / xarxes socials. • Edició i muntatge del video de la cadena de favors iniciat el curs anterior.
----------------------	--

5. Avaluació del Pla de Comunicació

En finalitzar el curs, s'haurà de fer una avaluació del Pla de Comunicació, tenint en compte l'opinió dels diferents sectors de la comunitat educativa i l'impacte de les actuacions comunicatives, a partir de l'anàlisi de resultats i de les propostes de millora que es plantegin.

Objectiu 1: Organitzar i planificar la comunicació interna i externa del centre, i afavorir el flux d'informació entre els diferents membres de la comunitat educativa potenciant la participació de tota la comunitat		
Actuacions relacionades amb el professorat		%
A1.1	Utilització del correu electrònic personal com a eina base de comunicació	
A1. 2	Creació de grups de difusió que aglutinin professorat	
A1.3	Implementació d'una nova eina de gestió (leduca) de comunicació amb el professorat	

EN REVISIÓ



A1.4	Enviament d'un correu setmanal d'informació	
A1.5	Elaboració i difusió d'una Newsletter	
A1.6	Realització de reunions presencials /videoconferència: ○ Reunions tutors ○ Reunions equips docents ○ Consell assessor ○ Reunions equip directiu ○ Reunions de qualitat ○ Reunions de departament ○ Reunions equip docent	
A1.7	Implementació de l' apartat "professorat" a la pàgina web del centre	
A1.8	Implementació de Moodles de suport de tutoria	
Accions relacionades amb l'alumnat		%
A1.9	Implementació dels mòduls d'alumnat d'una nova eina de gestió (leduca) per facilitar al comunicació amb l'alumnat	
A1.10	Utilització del correu electrònic i del Gsuite personal com a eina base de comunicació	
A1.11	Planificació i realització de reunió de delegats	
A1.12	Utilització de moodle/classroom o similar	
Actuacions relacionades amb el PAS		%
A1.13	Implementació de la secretaria online	
Accions de comunicació destinades a les famílies del nostre alumnat		
A1.14	Implementació d'una nova eina de gestió (leduca) que permet la comunicació directa i automàtica amb les famílies de l'alumnat	
A1.15	Potenciar el contacte i comunicació amb les famílies a través de reunions des de la tutoria	
A1-16	Consolidació de l'AFA com a organisme de referència pel que fa a l'organització de les famílies.	
Indicadors activitat:		
I-E02-02 Nombre publicacions al butlletí digital		
I-E03-05 - Satisfacció global del professorat		

EN REVISIÓ



I-E03-01 - Satisfacció global de l'alumnat (mitjana)

I-E03-02 - Satisfacció delegats

I-E03-04 - Satisfacció famílies

I-E03-08 - Satisfacció PAS

I-E03-09 - Grau resolució queixes

Objectiu 2: Potenciar la difusió de la carta de serveis del centre

A2.1	Creació d'una carta de serveis destinada a l'alumnat i una carta de serveis destinada a les empreses	
A2.2	Realització de reunions amb empreses , entitats de l'entorn i participació en activitats de difusió de l'oferta formativa i la carta de serveis	
A1.3	Creació del Work cafè de l'Institut de l'Ebre per fomentar les relacions amb les empreses i fer difusió de la formació dual	
A1.4	Gravació i edició d'un vídeo sobre la formació dual	

Indicadors activitat:

I-E03-03 - Satisfacció empreses

Nombre d'empreses que han participat al Work cafè

Nombre d'activitats externes relacionades amb el món empresarial amb les quals hem participat.

Objectiu 3: Millorar la reputació en línia o fora de línia del centre

A3.1	Creació de material publicitari i de comunicació del centre	
A3.2	Millorar la relació amb els mitjans de comunicació de la zona	
A3.3	Realització d'un pla de màrqueting digital del centre que permeti planificar i organitzar totes les accions de comunicació digital que realitza l'institut	
A3.4	Creació de vídeos promocionals per famílies professionals	
A3.4	Realització de campanyes de publicitat en mitjans locals i/o xarxes socials per promocionar els diferents estudis que oferim	

Indicadors activitat:

I-E02-01 Satisfacció respecte a la comunicació i coneixement del centre

I-E02-03 Nombre aparicions mitjans de comunicació

2.15 Valoració del grau d'utilitat de la web del centre (enquesta Satisfacció alumnat organització i funcionament del centre inici de curs)



Objectiu 4: Fer difusió de l'oferta formativa del centre.

A4.1	Comunicar la nostra oferta de serveis a possibles futurs alumnes a través de la presència a diferents fires i esdeveniments	
A4.2	Organització d'una Jornada de Portes obertes al centre.	
A3.3	Difusió de l'oferta formativa del centre a través de les plataformes digitals: web i xarxes socials.	
A3.4	Realització de campanyes de publicitat en mitjans locals i/o xarxes socials per promocionar els diferents estudis que oferim.	
Indicadors activitat: I-E02-04 Nombre seguidors xarxes socials		