

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

- IES DR. PEDRO GUILLÉN -



Curso 2020-21

ÍNDICE:

1. Análisis previo.

2. Comunicación interna.

Objetivos

Público

Herramientas

3. Comunicación externa.

Objetivos

Público

Herramientas

4. Canales.

Canales de gestión de tareas colaborativas

Canales de información

Estilo de comunicación

5. Ejecución de la estrategia.

Acciones

Cronograma

6. Responsables.

1. ANÁLISIS PREVIO.

La realidad que nos encontramos hoy en día es que, cada vez más, se nos demanda la información de forma telemática. Más de un 90% de la comunidad educativa tiene acceso a Internet. Las nuevas tecnologías han irrumpido en nuestras vidas para quedarse y con forme avanzamos en el tiempo los alumnos que tenemos en el instituto, y en general la sociedad que nos rodea, las manejan más y mejor. Dentro de la Comunicación “telemática” resulta especialmente relevante nuestra presencia en webs, blogs y redes sociales.

La situación tan particular que estamos viviendo con la Covid-19 es otro ejemplo más de la necesidad de diseñar una estructura que nos permita comunicarnos y trabajar en cualquier situación. En la resolución de 22 de Junio de este mismo año, de la Dirección General de Calidad Educativa y Formación Profesional por la que se establecen directrices y orientaciones para el desarrollo del Plan de Continuidad de la Actividad Lectiva en el curso 2020-21, se nos pide que se establezca, no solo un posible escenario de enseñanza totalmente telemática, sino también única una plataforma digital, en la medida de lo posible, de trabajo para todo el centro.

El número de aplicaciones posibles para su utilización en un plan de comunicación es cada vez más amplio. Si lo que queremos es, comunicarnos con todos los miembros de nuestra comunidad educativa o fuera de ella, nos los vamos a encontrar en la red interna y/o en las redes sociales, así que, en el caso de querer elegir un buen canal para comunicarnos con un público determinado, primero tendremos que saber en qué entorno se está moviendo dicho público y determinar dónde debemos introducir la información, que queremos comunicarles, para conseguir nuestros objetivos.

Queda claro entonces que un Plan de Comunicación Digital que contemple el uso coherente de las TIC y de las redes sociales es vital tanto para comunicarnos con nuestra comunidad educativa como para transmitir nuestro trabajo. Habrá que ver qué canales de comunicación son los idóneos para implementar una comunicación cómoda y efectiva. Se va a establecer diferentes tipos de comunicación, ya que existirán distintos públicos a los que informar con gran variedad de objetivos para cada uno de ellos.

2. COMUNICACIÓN INTERNA.

Objetivos:

- ✓ Comunicar de forma rápida y eficaz al claustro de profesores cualquier novedad que así lo requiera.
- ✓ Trasladar al resto del profesorado cualquier decisión o acuerdo adoptado en las reuniones de equipo directivo y/o CCP.
- ✓ Transmitir al resto de compañeros las diferentes medidas que se tomen en el seno de los programas impulsados por el centro.
- ✓ Tener una vía de comunicación rápida para dar respuesta a posibles problemas que se puedan plantear en un determinado curso.
- ✓ Pedir la implicación o la opinión del claustro ante una situación que así lo requiera.
- ✓ Mantener un canal de comunicación bidireccional, rápido y efectivo para los temas del día a día, entre el equipo directivo y el resto del profesorado.
- ✓ Comunicar de forma rápida y eficaz al conjunto de alumnos cualquier novedad que así lo requiera.
- ✓ Mantener un canal de comunicación bidireccional, rápido y efectivo para los temas del día a día, entre alumnos y profesores.
- ✓ Conseguir una mayor implicación de los estudiantes en las acciones comunicativas del Centro.
- ✓ Facilitar la participación de profesores/as, personal administrativo y estudiantes.

Público:

El plan de comunicación interna está dirigido a miembros del equipo directivo, claustro, personal laboral del centro y alumnos.

Herramientas.

La comunicación interna se basará en el uso de cuatro herramientas diferentes.

- **E-mail de Gsuite.** La estructura creada dentro de Gsuite nos permitirá tener una comunicación directa a través de un correo propio y diferenciado. Se han creado diferentes subdominios con lo que se identificará rápidamente a qué unidad organizativa pertenece un correo recibido. Dichos subdominios son:
 - @profe.iesdrpedroguillen.es para profesores.
 - @alu.iesdrpedroguillen.es para alumnos.
 - @pas.iesdrpedroguillen.es para personal de administración y servicios.
 - @dpto.iesdrpedroguillen.es para departamentos didácticos.
- **TokApp School.** Esta aplicación se usará en todas aquellas comunicaciones en las que se quiera obtener un registro de las mismas. Tiene certificación de burofax con lo cuál se usará como acreditación oficial cuando así sea necesario.
 - **Infoalu.** Herramienta que nos permite acceder a todos los datos de alumnos y profesores y comunicarnos de forma rápida con el resto de compañeros. El correo asociado será el creado en Gsuite.
 - **Classroom de Gsuite.** La clase DOCUMENTOS, solo accesible para profesores, recogerá todos aquellos protocolos, plantillas, bases de datos,..., que sean útiles para el profesorado. De esta forma en cualquier momento se puede obtener la información necesaria, los documentos relacionados y las personas responsables por si se necesita cualquier tipo de aclaración.
 - **Classroom de Gsuite.** Cada grupo de alumnos tendrá una clase creada en Classroom para cada una de las materias desde el principio de curso. Dichas clases se usarán como recurso educativo adicional, en caso de clases presenciales, o como vía para seguir la actividad lectiva en caso de clases telemáticas.
 - **Otras aplicaciones.** Para agilizar la comunicación derivada de proyectos, trabajos u otras tareas se utilizarán aplicaciones como WhatsApp o Telegram.

3. COMUNICACIÓN EXTERNA.

Objetivos:

- ✓ Optimizar el flujo de la información del centro y organizar una comunicación eficiente los entes involucrados en la comunidad educativa.
- ✓ Dar a conocer y promocionar el centro educativo.
- ✓ Potenciar nuevos canales de información con el objetivo de comunicar cualquier acontecimiento, noticia o actividad de interés para la comunidad educativa, reforzando a su vez, los valores posicionamiento e imagen del centro.
 - ✓ Mantener y actualizar regularmente los diferentes perfiles del centro en las principales redes sociales.
 - ✓ Coordinar de manera efectiva todos los canales de comunicación externa del Centro.
 - ✓ Conseguir un mejor aprovechamiento y optimización de las tecnologías en la comunicación, empleando herramientas como las redes sociales y recursos de la Web 2.0.
 - ✓ Mejorar la transparencia de la gestión educativa.
 - ✓ Consolidar la pertenencia y presencia de los actores de la Comunidad Educativa.
 - ✓ Fortalecer la Comunidad integrando a todos los actores en su desarrollo.
 - ✓ Posicionar al Centro en su entorno social.
 - ✓ Fomentar la comunicación bidireccional tanto desde el centro como hacia el centro.
 - ✓ Informar y compartir: actividades, logros, programas, etc.

Público.

El plan de comunicación externa está dirigido a miembros de la comunidad educativa en general: equipo educativo, personal laboral del centro, alumnos, antiguos alumnos, otros centros educativos del municipio, familias, administraciones, asociaciones, entidades locales, etc.



IES Dr. Pedro Guillén

Avda. Polideportivo s/n
30600, Archena
Tf: 968 67 12 01
iesdrpedroguillen.es



Herramientas.

La comunicación externa se basará en el uso de diferentes herramientas.

- **Web.** Nuestra web iesdrpedroguillen.es debe ser el principal referente de información y publicidad de las actividades desarrolladas en el centro. Al mismo tiempo tiene que hacer la labor de servicio público proporcionando, cada vez más, acceso a los trámites telemáticos a través de la misma,
- **Redes Sociales.** La presencia en las redes sociales se hace obligada en la actualidad. Es la forma más rápida y directa de llegar a nuestro entorno.
- **TokApp.** Esta aplicación se usará en todas aquellas comunicaciones en las que se quiera obtener un registro de las mismas. Tiene certificación de burofax con lo cual se usará como acreditación oficial cuando así sea necesario.
- **E-mail:** Se actualizará la base de datos de e-mails de familias, entidades colaboradoras, entidades de nuestro entorno..., con el fin de usarlos para tener una comunicación fluida.

4. CANALES

Canales de gestión de tareas colaborativas

- Acción educativa de teleformación: Aula virtual y Moodle.
- Compartir archivos de todo tipo: Gsuite, Infoalu y E-mail.
- Herramientas para curación de contenidos. Clase DOCUMENTOS restringida al profesorado.

Canales de información

- Web y E-mail del centro
- Mensajería instantánea: TockApp, WhatsApp, Telegram...
- RRSS: Cuentas en Instagram, Facebook y Twitter.
- Plataformas educativas: Gsuite for Education.
- Plataformas de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia: Educarm y Mirador.

Estilo de comunicación.

El tono empleado en nuestros contenidos será de manera general el siguiente:

- **Centro educativo:** En cuanto a la página web del centro, los contenidos serán de carácter oficial y estarán relacionados con los contenidos educativos y las actividades y oferta del centro.. El uso del correo electrónico del centro así como las RRSS seguirán la misma línea.
- **Familias:** La comunicación con las familias mantendrá un tono formal con una información objetiva y puntual. Al igual que con otras entidades de nuestro entorno (otros colegios, ayuntamiento,...)
- **Profesores:** El tono usado en este caso será formal o informal dependiendo del tema a tratar.
- **Alumnos:** Tono coloquial, mezclaremos el formal y el informal, dependiendo del tipo de información dada o el medio que utilicemos. Los contenidos más informales se podrán compartir a través de Twitter, grupos de WhatsApp, etc.

5. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Acciones a realizar:

- ✚ Comunicación por parte del equipo directivo para su puesta en funcionamiento.
- ✚ Información a toda la comunidad educativa. Se tratará en sesiones del Claustro de Profesores y Consejo Escolar y se incluirá en la PGA.
- ✚ Actualización de la base de datos del centro (personal, correos electrónicos, familias, alumnado, profesorado, entidades colaboradoras, otros centros educativos, etc.)
- ✚ Mantenimiento y actualización de la web del centro.
- ✚ Mantenimiento y actualización de cuentas del centro en las Redes Sociales.
- ✚ Creación de cuentas Gsuite para alumnos, profesores y PAS.
- ✚ Supervisión de las cuentas por parte del administrador de Gsuite “jefatura de estudios”, asegurando un uso correcto de las mismas dentro del ámbito educativo así como el cumplimiento de la política de protección de datos de sus usuarios.
- ✚ Creación de filtros de seguridad en la red.
- ✚ Realización de cursos de formación en el uso de los diferentes medios a los miembros de los estamentos implicados que lo necesiten.
- ✚ Seguimiento y evaluación del plan.

Cronograma.

1. Fase de puesta en marcha y presentación: (Principio de curso)
 - Información al claustro y consejo escolar de la puesta en marcha del plan.
 - Creación de cuentas Gsuite para la gestión interna.
 - Actualización de la web y las cuentas previstas (Facebook, Twitter,...).
 - Se determinarán las personas responsables de cada medio.
 - Elaboración de los filtros de la plataforma interna.
 - Se formará en el ámbito de “Gsuite for Education” a los profesores.
 - Se dará a conocer a los alumnos, familias, profesores y resto de la comunidad educativa los diferentes medios de comunicación (Web, Twitter, Facebook,...).
 - Información y formación a los alumnos y familias sobre las cuentas de Gsuite creadas así como de sus condiciones de uso.

2. Fase de ejecución: (Todo el curso)
 - Creación y utilización de clases en Classroom.
 - Aplicación de las redes sociales y web a actividades prácticas para su asimilación y difusión.
 - Actualización y presencia del centro en sus redes sociales.
 - Actualización de la web del centro.
 - Uso de las diferentes herramientas referenciadas en los puntos 2 y 3 para mantener una comunicación fluida y eficaz en todos los ámbitos.

3. Fase de evaluación: (Mayo)

En este momento se evaluará el uso de todos los recursos TIC (actualización de contenidos, realización de actividades prácticas, uso de las cuentas y de la web, percepción y valoración de los profesores, alumnos y familias,...).

4. Fase de revisión: (Junio)

Con la valoración realizada se sacarán una serie de conclusiones y propuestas de mejora que se aplicarán el próximo curso.

6. RESPONSABLES Y RECURSOS.

Responsables

- ✓ Elaboración, control y valoración del **Plan de Comunicación Digital**: Equipo directivo.
- ✓ Estructura, mantenimiento y actualización de la plataforma **Gsuite**: Jefatura de estudios.
- ✓ Mantenimiento y actualización de la **página web**: Miguel Ángel García y Óscar Orenes.
- ✓ Mantenimiento y actualización **Infoalu**: Miguel Ángel Blasco.
- ✓ Mantenimiento y actualización **TokApp**: Joaquín Esteve y el equipo directivo.
- ✓ Mantenimiento y actualización **RRSS**: Luis Miguel Fernández y Óscar Orenes.
- ✓ Responsable de medios informáticos **RMI**: Francisco López Luna.

Recursos

- ✓ Infraestructura de conexión a internet del centro, ya sea por cable o inalámbrica mediante el funcionamiento de las redes Wi-Fi.
- ✓ Política del centro sobre de dispositivos móviles para controlar su uso y permitir en las aulas, con fines didácticos, portátiles, tabletas y teléfonos de los alumnos conectados a Internet mediante la red Wi-Fi.
- ✓ Servicio de mantenimiento propio, o si se diera el caso, a través de una empresa especializada.