



PLAN DE COMUNICACIÓN DEL COLEGIO MARISTA SAN JOSÉ

(Actualizado junio 2022)

1. INTRODUCCIÓN

El plan de Comunicación del Colegio Marista San José (CMSJ) recoge la situación actual, los objetivos y las líneas de trabajo para conseguirlos en materia de comunicación aplicadas a nuestro centro educativo.

En un centro educativo todo comunica, por lo que debemos gestionar de forma correcta y profesional dicha comunicación. En todo centro educativo existe una necesidad de comunicación permanente, con el profesorado, con el alumnado, con las familias, con el personal administrativo y con el entorno social de la institución, es decir con toda la Comunidad educativa.

Nos encontramos inmersos en una era tecnológica y no podemos obviar los beneficios y ventajas que estas herramientas nos ofrecen, por ello es necesario elaborar un plan de comunicación, tanto interna como externa.

Es necesario elaborar un plan de comunicación para, entre otros objetivos, comunicar nuestra misión, visión y valores, convencer, para conseguir una decisión de elección o fidelización de nuestro centro educativo.

La comunicación proporciona un valor añadido al centro educativo, incide en la calidad de la gestión y mejora los servicios de la comunidad educativa.

De acuerdo con esto podemos dividir los ámbitos de la comunicación en dos aspectos: comunicación interna y comunicación externa.

Comunicación interna: Nos dirigimos a todos los integrantes de la comunidad educativa (Consejo Escolar, profesorado, diferentes equipos, PAS, alumnos, familias, Provincia Marista Compostela).

Los medios que emplearemos en este caso son el correo corporativo (@maristasleon.net), GlobalEduca-LCIberica, Google Classroom, WEB del centro, redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), blogs de aula... También para cuestiones puntuales grupos de mensajería instantánea.

Los objetivos generales de la comunicación interna son:

- Sistematizar la comunicación entre los diferentes miembros de la comunidad educativa.
- Organizar una comunicación eficiente entre toda la Comunidad Educativa.
- Mantener informadas a las familias sobre las acciones comunes y las obligaciones de sus hijos/as, así como del seguimiento y evaluación de estos.
- Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos en el transcurso del curso escolar.
- Proporcionar información relevante sobre aspectos administrativos y organizativos del centro.
- Contribuir a crear una red de profesores del centro que apoye y refuerce la labor docente y organizativa.

Comunicación externa: Este aspecto del plan de comunicación se dirige al entorno social del centro (administración educativa, Universidad, otros centros educativos, Iglesia local, potenciales clientes y sociedad en general, otros...).

Los medios que utilizaremos serán la WEB del centro, redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), medios de comunicación social (prensa, radio, TV) y medios publicitarios en momentos puntuales.

Consideramos objetivos de la comunicación externa los siguientes:

- Informar y compartir: actividades, logros, programas, proyectos, etc.
- Posicionar al Centro en su entorno social.
- Fortalecer la Comunidad, integrando a todos los sectores en su desarrollo.

Tipos de contenidos: hemos de distinguir contenidos de **carácter público** (información general sobre el colegio, documentación básica del centro, información sobre actividades de prevista organización y sobre las realizadas, información general a las familias, aportaciones, comentarios, valoraciones, propuestas, materiales... aportados por los agentes de la comunidad educativa) y otros de **carácter privado y por lo tanto restringidos** (información personal a las familias como por ejemplo calificaciones, actividades propuestas e informaciones en las que se considere oportuno mantener el nivel consecuente de privacidad, actividades propias de la gestión administrativa del profesorado).

2. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Ámbito de Actuación:

- Alumnos: tanto actuales, como antiguos y futuros, incluso alumnos de otros centros educativos. Adaptando los diferentes contenidos a su edad y nivel educativo.
- Familias: se deben comunicar con profesores, tutores, equipo directivo. Nos servirá para conocer el desarrollo académico de su hijo, incidencias ocurridas.
- Docentes: todo el claustro de profesores, equipo directivo, tutores, especialistas.
- Resto de personal del centro: administración, secretaría, mantenimiento...
- Administración educativa (Junta de Castilla y León) y titularidad (Provincia Marista Compostela).
- Sociedad en general: para darse a conocer y mostrar información.
- Otros centros educativos: El centro debe estar abierto a otras realidades, debe conocerlas e intercambiar información.
- Entorno del centro, en particular la ciudad de León: se debe valorar el entorno más cercano donde realiza la labor docente para un mejor conocimiento de su realidad socioeconómica y cultural de los alumnos y sus familias.

Situación actual:

En la actualidad existe un equipo de comunicación formado por dos personas, a las que al algún momento puntual se suma el director. Se reúnen en momentos puntuales, aunque mantienen la coordinación de forma permanente.

ANÁLISIS DAFO: análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

<p><u>DEBILIDADES</u></p> <p>Las familias no acaban de acostumbrarse a la comunicación por medios digitales</p> <p>Percepción de la comunidad educativa de que hace falta más comunicación (estudiar cómo)</p>	<p><u>AMENAZAS</u></p> <p>Los medios no siempre publican lo que se les envía.</p> <p>Hay noticias de alto impacto negativo sobre el centro.</p> <p>Muchos centros hacen campañas de publicidad con costes que en principio no parecen asumibles.</p>
<p><u>FORTALEZAS</u></p> <p>Equipo de comunicación con experiencia y trayectoria</p> <p>Apoyo del equipo de comunicación provincial</p> <p>Buena presencia en medios</p> <p>Consolidada nuestra presencia en redes sociales</p> <p>Rutinas de comunicación interna establecidas</p>	<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <p>– Posibilidad de nuevas redes sociales. (LinkedIn)</p> <p>– Posibilidad de expandir aún más el canal de YouTube del centro, en consonancia con el plan TIUC</p>

3. OBJETIVOS

El presente Plan de Comunicación tiene como objetivo mejorar la gestión y coordinación de toda la información que genera la familia Marista colegial en su ámbito de actuación y a través de los medios a su alcance, tanto on-line como off-line, para llegar a todos los públicos de forma interna y al mayor número de personas en su proyección exterior.

A partir de esta línea general, concretamos los objetivos específicos del CMSJ.

- Mejorar el flujo de la información del centro y organizar una comunicación eficiente con todos los integrantes de la comunidad educativa.
- Dar a conocer y promocionar el centro educativo.
- Potenciar nuevos canales de información para comunicar cualquier acontecimiento, noticia o actividad de interés para la comunidad educativa, reforzando 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.
- Conseguir una mayor implicación de los estudiantes en las acciones comunicativas del Centro.
- Facilitar la participación de profesores/as y personal administrativo, padres/madres, estudiantes.
- Informar y compartir: actividades, logros, programas, etc.
- 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.

Se establecerá un plan anual que concretará los objetivos comunicativos y sus acciones temporalizadas para cada curso concreto.

El plan se presentará cada septiembre al equipo directivo, que será el responsable de su aprobación.

4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN:

Para conseguir todos los objetivos que se marquen, el Plan de Comunicación debe articularse sobre líneas de actuación concretas que incluyen, los siguientes apartados:

4.1.- COMUNICACIÓN INTERNA:

Establecer los **canales de información** para que los responsables de comunicación estén al día de lo que ocurre en el centro.

- Comunicación entre docentes y los diferentes equipos
 - Reuniones presenciales.
 - Correo corporativo (@maristasleon.net)
 - Grupos y foros de correo corporativo.
 - Plataforma Globaleduca.
 - Grupo de Mensajería instantánea (Global profesores, etapas, equipos)
 - Intranet local.
 - Tablón de anuncios sala de profesores
 - Google Calendar (eventos). Calendario general y de etapas.
 - Web colegial. (<https://www.maristasleon.es>)
 - Redes sociales colegiales.
 - Facebook: @maristasleon -- <https://www.facebook.com/maristasleon>
 - Twiter: @sanjosemaristas -- <https://twitter.com/sanjosemaristas>
 - Instagram: sanjosemaristas -- <https://www.instagram.com/sanjosemaristas>
 - Teléfono.
 - Anuario colegial y otros medios impresos.

- Comunicación con el PAS
 - Reuniones presenciales.
 - Correo corporativo (@maristasleon.net)
 - Grupo de Mensajería instantánea (PAS)
 - Tablón de anuncios cocina-comedor
 - Google Calendar (eventos). Calendario general.
 - Web colegial. (<https://www.maristasleon.es>)
 - Redes sociales colegiales.
 - Facebook: @maristasleon -- <https://www.facebook.com/maristasleon>
 - Twiter: @sanjosemaristas -- <https://twitter.com/sanjosemaristas>
 - Instagram: sanjosemaristas -- <https://www.instagram.com/sanjosemaristas>
 - Teléfono.
 - Anuario colegial y otros medios impresos.

- Comunicación con los alumnos
 - Reuniones presenciales.
 - Correo corporativo (@maristasleon.net)
 - Google Classroom
 - Tablones de anuncios de las aulas.
 - Google Calendar (eventos). Calendario general.
 - Web colegial. (<https://www.maristasleon.es>)
 - Redes sociales colegiales.
 - Facebook: @maristasleon -- <https://www.facebook.com/maristasleon>

- Twiter: @sanjosemaristas -- <https://twitter.com/sanjosemaristas>
 - Instagram: sanjosemaristas -- <https://www.instagram.com/sanjosemaristas>
 - Anuario colegial y otros medios impresos.
- Comunicación con las familias
 - Reuniones presenciales.
 - Correo corporativo (@maristasleon.net)
 - Plataforma Globaleduca.
 - Tablones de anuncios del patio.
 - Google Calendar (eventos). Calendario general.
 - Web colegial. (<https://www.maristasleon.es>)
 - Canal de Youtube colegial
(<https://www.youtube.com/channel/UCqnzKHu31WxKfmbt5kJ8rVQ>)
 - Redes sociales colegiales.
 - Facebook: @maristasleon -- <https://www.facebook.com/maristasleon>
 - Twiter: @sanjosemaristas -- <https://twitter.com/sanjosemaristas>
 - Instagram: sanjosemaristas -- <https://www.instagram.com/sanjosemaristas>
 - En usos puntuales, teléfono.
 - Puntualmente, circular en papel (a extinguir)
 - Anuario colegial y otros medios impresos.
- Comunicación con la Provincia Marista Compostela
 - Reuniones presenciales.
 - Correo corporativo (@maristasleon.net y @maristasleon.es).
 - Intranet provincial.
 - Calendario provincial.
 - Kaizala.

4.2.- COMUNICACIÓN EXTERNA:

Los medios de comunicación son, en muchas ocasiones, el intermediario perfecto para hacer llegar un mensaje o información a la sociedad en general. Todos los planteamientos relativos a los servicios de comunicación externa y relaciones con los periodistas tienen que partir de un conocimiento realista del funcionamiento de estos para poder adaptarnos a sus necesidades y propiciar así que nuestras informaciones sean transmitidas por prensa, radio y televisión.

Medios “on-line”: la WEB y por su propia concepción y dinámica, las redes sociales tienen la capacidad de imprimir una rapidez a la comunicación que obliga a una correcta planificación previa, para poder seguir su ritmo de un modo adecuado y sin perder la necesaria reflexión sobre los temas que publicar, la forma y los tiempos en que difundirlos.

Canales de información externa generales:

- Web colegial. (<https://www.maristasleon.es>)
- Redes sociales colegiales.
 - Facebook: @maristasleon -- <https://www.facebook.com/maristasleon>
 - Twiter: @sanjosemaristas -- <https://twitter.com/sanjosemaristas>
 - Instagram: sanjosemaristas -- <https://www.instagram.com/sanjosemaristas>

- Canal de Youtube colegial
(<https://www.youtube.com/channel/UCqnzKHu31WxKfmbt5kJ8rVQ>)
- Google Calendar (eventos). Calendario general.
- Notas de prensa.
- Anuncios en radio, tv y otros medios.

Además, con la administración educativa:

- Correo corporativo del dominio @educa.jcyl.es)
- Herramientas de Office
- Registro físico y electrónico
- Teléfono

4.3.- TIEMPOS:

El equipo directivo marcará cada curso escolar los momentos y contenidos de las reuniones de los diferentes ámbitos, así como las reuniones y comunicaciones mínimas a mantener en cada caso.

El equipo de comunicación establecerá en el plan anual la frecuencia de las comunicaciones externas y los medios a utilizar, previa aprobación del equipo directivo.

4.3.1. Comienzo del curso

- Reunión del equipo de comunicación para elaborar el PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN: Diseñar objetivos, fijar plazos, diseño de acciones e inserciones en medios. Se han de tener en cuenta para elaborar los objetivos anuales del Plan de Comunicación, el Plan Estratégico Local y todos los objetivos de centro así como el DAFO de las necesidades del centro.
- Acotar las necesidades de formación de equipo, profesorado y/o personal laboral, alumnado y representante de familias.
- Si hay modificaciones relevantes, inclusión de las decisiones, fórmula de trabajo y objetivos en el Reglamento Orgánico de Funcionamiento (R.O.F.), Proyecto Educativo de Centro (P.E.C.) y Programación Anual de Centro (P.A.C.)

4.3.2. Durante el curso

- Incluir su seguimiento y recogida de información, para realizar una evaluación del funcionamiento del plan, impacto de los contenidos y evolución de la identidad digital del centro tras cada trimestre.
- Los docentes seleccionarán productos del alumnado para su publicación en medios.
- El “Community Manager” se encargará de la selección de contenidos e inserciones semanales de estos en los diferentes medios de comunicación, a la vez que se encargará de fomentar con toda la comunidad educativa la propuesta de contenidos.

4.3.3. Final del curso.

- Evaluación a final del curso de objetivos conseguidos, en proceso y no conseguidos.
- Evaluación de la identidad digital del centro.
- Propuestas de mejora para desarrollarlas en el plan del curso siguiente.
- Evaluación y memoria anual, a elaborar en junio y a aprobar por el equipo directivo.

4.4.- MARKETING:

El plan de marketing contemplará aquellas acciones de difusión que van más allá de la comunicación. Incluye campañas específicas de publicidad en los medios de comunicación y divulgación para familias de las jornadas de puertas abiertas u otros eventos. Se renueva de forma anual en cooperación entre el equipo directivo y el equipo de comunicación colegial.

4.5.- GESTIÓN DE CRISIS:

En sintonía con la política de gestión de crisis de la provincia Marista Compostela, existe un protocolo de actuación en cada centro de modo que la respuesta sea en cada caso la más adecuada, consensuada y con una voz única.

Para ello existe una coordinación total con la Oficina de Comunicación Provincial (Maristas Compostela)

4.6.- ACCIONES ESPECIALES:

Además de la gestión diaria de la información, el Plan de Comunicación puede incluir eventos especiales que se desarrollen en el centro a lo largo del curso escolar y que puedan quedar debidamente planificados.

5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El Plan de Comunicación debe incluir un cronograma de actuación y las medidas de seguimiento y valoración de este que se realizarán periódicamente. De forma ordinaria, puesto que se establece un **PLAN DE COMUNICACIÓN ANUAL**, se hará también una **evaluación y memoria anual**, a elaborar en junio y a aprobar por el equipo directivo.

En esa memoria se incluirán cuantas variaciones del presente plan sean necesarias.