



**IES  
SIERRA DE  
CARRASCOY**

Carretera de Mazarrón 2 - 30120 (El Palmar)  
30008698@murciaeduca.es - 968 881704  
[iesierracarrascoy.es](http://iesierracarrascoy.es)



Fondo Social Europeo

# **PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CENTRO**

*IES SIERRA DE CARRASCOY, 2024-2025*

## ÍNDICE

1. Análisis previo
2. Estrategias actuales de comunicación del centro:
  - 2.1. Comunicación interna
  - 2.2. Comunicación externa
3. Canales
4. Ejecución de la estrategia
5. Cronograma
6. Responsables y recursos
7. Evaluación del Plan de Comunicación

## 1. ANÁLISIS PREVIO

En un entorno educativo cada vez más digitalizado, los docentes deben ser capaces de utilizar herramientas tecnológicas para **comunicarse** de manera operativa, tanto con otros docentes, como con otros miembros de la comunidad educativa.

A continuación, se detallan algunas razones clave por las que la comunicación y la colaboración profesional son importantes para el fomento de la **competencia digital docente**:

- **Colaboración con otros docentes.** La competencia digital docente implica la capacidad de colaborar con otros docentes, que tienen habilidades y conocimientos digitales más avanzados, así como para compartir recursos, ideas y buenas prácticas. Esto es especialmente importante cuando los docentes se enfrentan a desafíos o dificultades en el uso de la tecnología. Así, se pueden aprender nuevas técnicas, aplicaciones o enfoques pedagógicos, que pueden mejorar la eficacia y la innovación en el aula. La comunicación profesional facilita esta colaboración a través de herramientas digitales, como plataformas de colaboración en línea, grupos de discusión, videoconferencias y redes sociales profesionales. Al comunicarse de manera efectiva, los docentes pueden aprender unos de otros; intercambiar conocimientos, compartir experiencias y recibir retroalimentación, así como mejorar su práctica educativa.
- **Participación en la comunidad educativa.** Los docentes deben estar conectados con la comunidad educativa más amplia, incluyendo familias, administración educativa y otros profesionales. La comunicación profesional a través de medios digitales proporciona una vía eficiente, para informar a los padres sobre el progreso de los estudiantes, compartir información relevante sobre el plan de estudios y las actividades escolares, así como para colaborar con la administración educativa y otros profesionales en la toma de decisiones educativas.
- **Innovación y creatividad.** La colaboración profesional fomenta la innovación y la creatividad al permitir la exploración conjunta de nuevas herramientas y enfoques digitales. Trabajar en equipo puede inspirar ideas innovadoras y promover el desarrollo de prácticas pedagógicas más creativas y motivadoras.

- **Desarrollo profesional continuo.** La competencia digital docente implica estar al tanto de las últimas tendencias y avances en tecnología educativa. La comunicación profesional a través de canales digitales permite a los docentes mantenerse actualizados y acceder a recursos, cursos en línea, webinarios y otras oportunidades de desarrollo profesional. Al conectarse con expertos en el campo y participar en comunidades en línea, los docentes pueden mejorar sus habilidades digitales y fortalecer su práctica educativa. Además, la colaboración profesional fomenta un ambiente de aprendizaje continuo en el que los docentes pueden actualizar y mejorar sus habilidades digitales. Esto es esencial, dado que la tecnología evoluciona rápidamente y los docentes deben mantenerse actualizados, para utilizarla de manera efectiva en su práctica. En este sentido, se han propuesto iniciativas formativas de centro que ayuden a mejorar la competencia digital de los docentes.
- El docente asume la responsabilidad otorgada por la normativa de aplicar en su labor profesional y dotar al alumnado de las herramientas y conocimientos suficientes para que “identifique riesgos y adopte medidas al usar las tecnologías digitales para **proteger los dispositivos, los datos personales, la salud y el medioambiente**, y para tomar conciencia de la importancia y necesidad de hacer un **uso crítico, legal, seguro, saludable y sostenible de las mismas**”.

## 2. ESTRATEGIAS ACTUALES DE COMUNICACIÓN EN EL CENTRO

### RECURSOS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN EN MI CENTRO DE SECUNDARIA

La comunicación efectiva en un centro de Secundaria es crucial para mantener informada a la comunidad educativa, tanto de forma interna como externa. Es importante ser conscientes de que la elección de las herramientas dependerá de las necesidades específicas de cada centro educativo y de la comunidad educativa a la que pertenece.

Hemos de diferenciar entre las **herramientas de comunicación externa**, entendida como una comunicación asincrónica, de las **herramientas de comunicación interna**, basadas en una comunicación con el equipo docente del grupo, principalmente.



## 2.1. COMUNICACIÓN INTERNA

La **Comunicación interna** se produce entre los miembros de la comunidad educativa, como son los profesores, el alumnado, el equipo directivo y el personal de administración y servicios. Se tratan contenidos de tipo organizativo, como información sobre salidas escolares, situaciones concretas, eventos, actividades que atañen al alumnado matriculado, noticias, documentos del centro que debe seguir el profesorado, evaluaciones, etc.

- **Fijar** los canales de contacto con las familias, alumnado y profesorado.
- **Favorecer** la transparencia en la organización y gestión del centro.
- **Mejorar** la comunicación entre los docentes.
- **Beneficiarse** de las vías de comunicación para dar a conocer normas del centro y favorecer la convivencia.

## 2.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

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.

- 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. Conseguir un mejor aprovechamiento y optimización de las tecnologías en la comunicación, empleando herramientas como las redes sociales y recursos de la Web. Mejorar la transparencia de la gestión educativa.

## HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

**La comunicación externa** se dirige a la comunidad educativa y a toda la población u organismos externos.

A través de esta se informa de fechas de matriculación, oferta educativa, actividades y planes, organigrama del centro, contacto, calendario escolar, normas y horario de atención al público, proyectos que se llevan a cabo, etc.

Esta comunicación facilita también la **colaboración** de instituciones en actividades del centro, como puede ser el Ministerio de Sanidad o el centro de salud cercano para trabajar los hábitos saludables, realizar una visita o recibir una conferencia, entre otros.



### Objetivos de la comunicación externa

- **Dar a conocer** al centro en la comunidad.
- **Establecer** nuevas relaciones con el medio que les rodea.
- **Aprovechar** las redes sociales y las nuevas tecnologías para hacer participe a la comunidad de ciertos momentos y actividades de la escuela.

**La comunicación externa** se dirige a la comunidad educativa y a toda la población u organismos externos. A través de esta se informa de fechas de matriculación, oferta educativa, actividades y planes, organigrama del centro, contacto, calendario escolar, normas y horario de atención al público, proyectos que se llevan a cabo, etc.

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

- **Correo electrónico corporativo**
- **Web** del centro
- **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.
- **Aplicaciones móviles de mensajería instantánea,** siendo la propuesta por la Consejería Telegram. En casos excepcionales, se usa la aplicación WhatsApp para asuntos relativos al transporte escolar o a determinados aspectos de coordinación de los departamentos didácticos.
- **Herramientas digitales**

## HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

- 01** Sitio **web del centro educativo** actualizado con información relevante sobre el centro, eventos, políticas, y contactos.
- 02** **Correo electrónico** a padres, estudiantes y miembros de la comunidad con noticias y eventos del centro.
- 03** **Redes sociales:** Utilizar plataformas como Facebook, X o Instagram para comunicar noticias, logros y eventos a la comunidad en general.
- 04** **Aplicaciones móviles de mensajería instantánea** como Telegram, que permita a los padres y estudiantes acceder a información relevante, calendarios y anuncios.
- 05** Herramientas digitales que permiten la retroalimentación como son los cuestionarios de **Google form**.

### 3. CANALES

#### Canales de gestión de tareas colaborativas

- Para acciones educativas de teleformación, usaremos los siguientes canales: Aula virtual y Moodle.
- Para compartir archivos de todo tipo, usaremos los siguientes canales: Gsuite y E-mail.

#### Canales de información

- Web y E-mail del centro
- Mensajería instantánea: Telegram (es la oficial actualmente de la Consejería)
- Redes sociales del centro: Cuentas en Instagram, Facebook y Twitter.

### 4. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

El Plan de Comunicación de Centro recoge una serie de acciones orientadas a mejorar la gestión y organización del centro, así como asegura que la comunicación externa e interna se usa de forma correcta. Las principales acciones que llevamos a cabo son:

- Comunicación por parte del equipo directivo para la puesta en funcionamiento del Plan de Comunicación en el claustro de inicio de curso celebrado el día 2 de septiembre de 2025.
- Actualización de la base de datos del centro (personal, correos electrónicos, familias, alumnado, profesorado, etc.).
- Mantenimiento y actualización de la web del centro y de las cuentas del centro en las Redes Sociales.
- Creación de filtros de seguridad en la red.
- Seguimiento y evaluación del plan

## 5. 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.
- Actualización de la web y las cuentas previstas (Facebook, X...).
- Se determinarán las personas responsables de cada medio.

### 2. **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,...).

### 3. **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
- Mantenimiento y actualización de la **página web:** Equipodirectivo



- Responsable de medios informáticos **RMI**: Octavio Pacheco

### 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 para controlar el uso en las aulas, con fines didácticos, de portátiles y tabletas conectados a Internet mediante la red Wi-Fi.
- Servicio de mantenimiento propio, o si se diera el caso, a través de una empresa especializada.

## 7. EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

La evaluación del Plan de Comunicación de Centro es imprescindible para verificar el correcto funcionamiento de los procesos de comunicación implementados en el centro y para detectar posibles complicaciones al respecto. Los principales procedimientos que se llevarán a cabo en la evaluación del Plan serán los siguientes:

PROCEDIMIENTOS	FINALIDAD
<b>Evaluación de la página web</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Revisar el número de visitas</li> <li>▪ Revisar el tiempo que permanecen los usuarios en la visita a la web</li> <li>▪ Considerar la tasa de rebote</li> <li>▪ Identificar el público objetivo que consulta de forma asidua la página web del centro.</li> </ul>
<b>Actualización de los correos de contacto con las familias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Revisar la información que aparece disponible el Plumier XXI para garantizar la correcta comunicación con las familias del centro.</li> </ul>

**Evaluación del funcionamiento de  
las redes sociales del centro**

- Medición del perfil de seguidores
- Evaluación del incremento, en su caso, de seguidores.
- Identificar los hashtags usados y las menciones y etiquetas.
- Evaluación de las reacciones, comentarios y mensajes directos.