



Ministero della Pubblica Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Indirizzo Professionale Statale Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera
Indirizzo Professionale Statale Agrario " Servizi per l' Agricoltura, lo sviluppo rurale,
la valorizzazione dei prodotti del territorio e gestione delle risorse forestali e montane".
I.P.S.S.E.O.A. - "Raffaele Viviani"
Cod. Fiscale 90039480638 -Cod. mecc. NARH09000Q -C/C postale 22564801
Corso Serale per adulti Indirizzo Professionale Statale
Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera - Cod. mecc. NARH090505
PEC: NARH09000Q@PEC.ISTRUZIONE.IT; E-mail: NARH09000Q@ISTRUZIONE.IT
Tel. 081 8714116- 081 8713843-Direzione:081 8716830 Fax: 081 0112257 - **Castellammare di Stabia (NA)**
Sede Centrale: Via Annunziatella, 23; **Plesso OIERMO:** Traversa Varo, via Annunziatella n°25
Rovigliano, via Cantieri Metallurgici - tel./fax 081 8700890 – 081818237 – CAP: 80053
Agerola (NA): Cod. Mecc: NARH09002T
Sede Coordinata: via Mulino n°3, tel./fax 081 8731681-**Plesso:** via Sariani c/o I.C. "DE NICOLA" di Agerola
Sito internet: <http://www.alberghieroviviani.edu.it>

Prot.n. 4558/2020

Castellammare di Stabia, 21 ottobre 2020

Piano della comunicazione

2020/2022

approvato con delibera n.35 del Collegio dei Docenti del 20 ottobre 2020
e con delibera n.109 del Consiglio di Istituto del 21 ottobre 2020

Premessa

La comunicazione nella Pubblica Amministrazione ha assunto negli ultimi anni un valore strategico fondamentale. Essa, quale attività trasversale, da un lato pervade ed alimenta l'azione amministrativa assicurando trasparenza, imparzialità e parità di accesso alle informazioni, dall'altro diventa uno strumento concreto di gestione della complessità organizzativa. Secondo quanto previsto dalla legge 150/2000, il Piano di comunicazione si pone come uno degli strumenti di governo che consente di raggiungere gli obiettivi, coniugando le strategie e le azioni di comunicazione secondo un disegno organico e razionale. Correlando tra loro queste variabili, esso mette l'Amministrazione nelle condizioni di delineare una visione strategica della propria comunicazione e di raggiungere l'obiettivo di veicolare i contenuti prodotti ai destinatari di riferimento. In particolare, le attività di comunicazione, di sensibilizzazione e di formazione, per il tipo di tematiche e di settori di intervento del MIUR, hanno una rilevanza del tutto peculiare in quanto sono intrinsecamente collegate al raggiungimento delle priorità strategiche.

La scuola, essendo un settore della PA, negli ultimi anni, ha avvertito la necessità di comunicare in modo diverso anche per l'espansione delle nuove tecnologie che permettono un nuovo modo di relazionarsi. Una buona comunicazione diviene uno strumento necessario per la gestione di un Istituto scolastico e per la realizzazione di una più larga partecipazione al progetto educativo.

E' fondamentale che l'istituto scolastico realizzi un sistema comunicativo efficiente che riesca a trasmettere le informazioni in tempo rapido, a coordinare le attività didattiche ed a migliorare le relazioni interne, al fine di ottenere un ambiente di lavoro cooperativo e stimolante.

E' determinante la comunicazione che la scuola rivolge alle famiglie ed ai soggetti esterni con i quali deve rapportarsi ed interagire in maniera collaborativa e costruttiva per realizzare il progetto formativo. La Scuola deve concretizzare, attraverso l'impiego delle nuove tecnologie, un sistema che permetta di incrementare la qualità del servizio offerto, l'efficienza organizzativa ed il coinvolgimento di tutte le componenti nel processo di miglioramento, con riferimento allo sviluppo di una sempre più forte "identità della comunità", fondamentale per il rafforzamento della comunicazione interna. Le azioni di comunicazione interna devono convergere verso le finalità della comunicazione esterna, in una logica di comunicazione integrata.

La cultura della comunicazione deve affermarsi all'interno dell'organizzazione in modo diffuso e

trasversale per creare all'esterno un'identità coesa e coerente rispetto alle linee guida del Miur, garantendo forza ed efficacia alle azioni di comunicazione esterna. La comunicazione come mezzo di diffusione della conoscenza all'interno della struttura, consente di valorizzare le competenze e le professionalità interne, ampliando il *know-how* e sviluppando la crescita delle risorse umane. Essa deve essere volta ad istituzionalizzare procedure di lavoro che prevedano la condivisione delle informazioni e delle prassi tra uffici, per consolidare nel tempo forme di collaborazione che definiscano la *mission* dell'organizzazione, condividendone finalità e strategie.

Nella Comunità scolastica la comunicazione può essere definita come un processo di condivisione delle informazioni attraverso l'utilizzazione di un insieme di regole comunemente accettate. Queste regole possono variare a seconda delle circostanze: per esempio, il flusso di informazioni può essere interrotto da pressioni situazionali, le divergenze nelle prospettive di docenti diversi possono interferire con la natura dei significati condivisi e le regole stesse possono essere cambiate da risposte inappropriate.

L'instaurarsi di una buona comunicazione tra le diverse figure coinvolte nel contesto scolastico può:

- accrescere la consapevolezza su problemi e soluzioni didattiche;
- potenziare comportamenti individuali o di gruppo;
- mettere in luce le abilità di ciascuno;
- implementare la cooperazione;
- rinforzare i comportamenti e gli atteggiamenti positivi.

Nel contesto scolastico la comunicazione non è solo un "fare pratica insieme", ma soprattutto un'interazione creativa per il raggiungimento di un fine comune: la crescita dell'allievo e dell'insegnante. Essa è utile per superare

- le logiche del lavoro come mero adempimento,
- le prassi erroneamente consolidate,
- la visione dell'organizzazione in settori stagni,
- le resistenze al cambiamento che tuttora contraddistinguono molte amministrazioni e molti lavoratori del pubblico impiego.

La comunicazione pubblica è regolamentata da diversi provvedimenti legislativi, ma il testo fondamentale che norma la materia è la **Legge 7 giugno 2000, n. 150**, che disciplina le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, ed il regolamento attuativo contenuto nella Direttiva **P.C.M. 21 settembre 2000** sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato che, nel delimitare i principi e le norme cui devono attenersi le amministrazioni per il perseguimento degli obiettivi di trasparenza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, prevede che le pubbliche amministrazioni siano dotate di uno strumento essenziale per migliorare le relazioni con i cittadini, elevando gli standard qualitativi della comunicazione sia interna che esterna.

Gli strumenti previsti dalla Legge per la comunicazione istituzionale rivolta a cittadini ed imprese prevedono: l'Ufficio stampa, l'Ufficio relazioni con il pubblico (URP) ed "analoghe strutture". Le strutture analoghe previste richiamano i mezzi di comunicazione messi a disposizione dalla tecnologia. La comunicazione esterna rappresenta una delle più rilevanti risposte alla crescente domanda di trasparenza e di apertura dell'operato pubblico a tutte le diverse componenti della società. Essa si pone come l'insieme delle strategie e delle azioni per diffondere una corretta conoscenza delle politiche nei settori dell'istruzione, dell'università e della ricerca, per promuovere un rapporto costante di dialogo e di cooperazione con l'esterno. In questo quadro si inseriscono gli obiettivi specifici di seguito riportati, del Programma del piano della comunicazione.

Dall'analisi del contesto e dall'individuazione e scelta dei contenuti da valorizzare derivano gli obiettivi di comunicazione, da cui discendono, a loro volta, le azioni da mettere in campo. Particolare attenzione viene riposta nell'adozione di una comunicazione informata, consapevole e partecipata, nell'ottica dell'utilizzo dei media e dell'ottimizzazione delle risorse economiche e strumentali.

a) Comunicazione interna

Con riferimento allo sviluppo di una sempre più forte “identità della comunità”, fondamentale è il rafforzamento della comunicazione interna in cui protagonista è il personale dell’amministrazione. Lo stesso è parte attiva del processo di comunicazione interna, e, allo stesso tempo, la leva di trasmissione del messaggio della comunicazione verso l’esterno. Le azioni di comunicazione interna devono convergere verso le finalità della comunicazione esterna secondo la logica della comunicazione integrata. La cultura della comunicazione deve affermarsi all’interno dell’organizzazione in modo diffuso e trasversale per creare all’esterno un’identità coesa e coerente del Miur, garantendo forza ed efficacia alle azioni di comunicazione esterna. La comunicazione come mezzo di diffusione della conoscenza all’interno della struttura, consente di valorizzare le competenze e le professionalità interne, ampliando il *know-how* e sviluppando la crescita delle risorse umane. Essa deve essere volta ad istituzionalizzare procedure di lavoro che prevedano la condivisione delle informazioni e delle prassi tra uffici, per consolidare nel tempo forme di collaborazione che definiscano la *mission* dell’organizzazione, condividendone finalità e strategie.

b) Comunicazione esterna

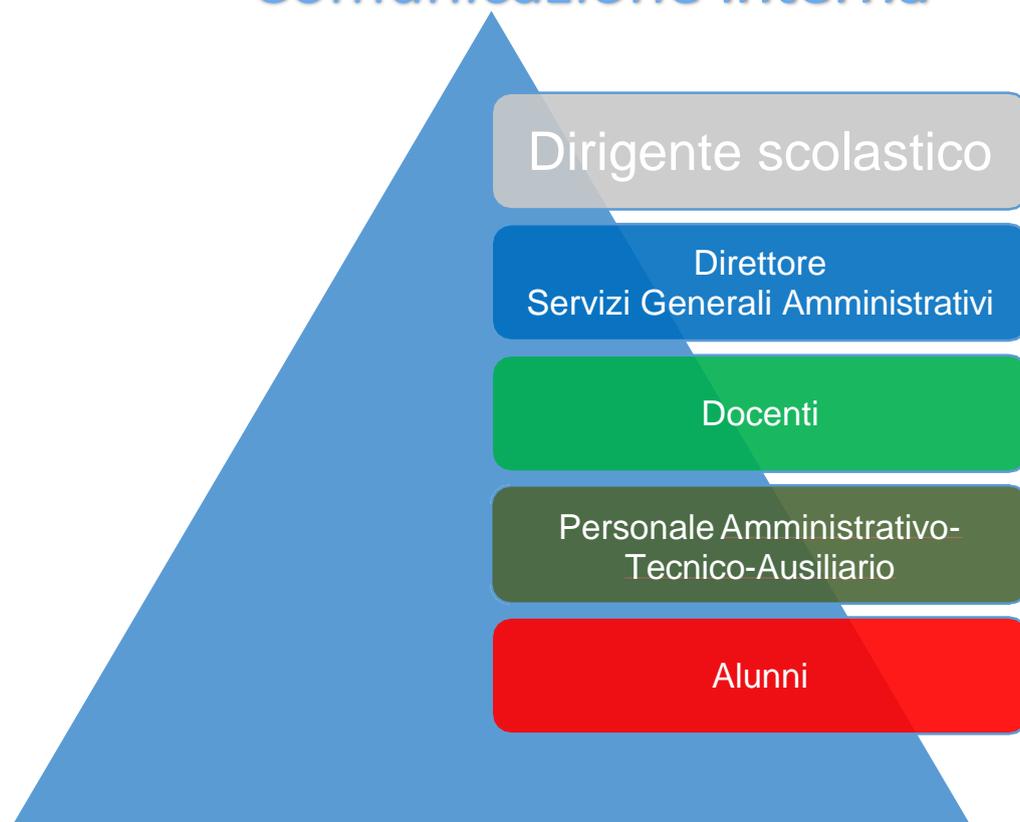
La comunicazione esterna rappresenta una delle più rilevanti risposte del Miur alla crescente domanda di trasparenza e di apertura dell’operato pubblico a tutte le diverse componenti della società. Essa si pone come l’insieme delle strategie e delle azioni per diffondere una corretta conoscenza delle politiche nei settori dell’istruzione, università e ricerca e per promuovere un rapporto costante di dialogo e di cooperazione con l’esterno. In questo quadro si inseriscono i seguenti obiettivi specifici del presente Programma:

- **Garantire** a tutti i cittadini e utenti la piena fruizione dei servizi attraverso l’attuazione delle regole in materia di trasparenza, l’utilizzo di adeguati strumenti di comunicazione in relazione ai servizi offerti e la scelta di contenuti semplici e chiari nei rapporti con l’utenza.
- **Aumentare** la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità attraverso strumenti efficaci di comunicazione finalizzati a costruire un percorso consapevole e condiviso fra l’Amministrazione e la Comunità con riferimento alle nuove politiche pubbliche.
- **Migliorare** la qualità dei servizi offerti attraverso il potenziamento della comunicazione interna finalizzata all’adozione di modalità gestionali condivise e alla riduzione delle tempistiche.
- **Garantire** a tutti gli utenti la piena fruizione dei servizi attraverso l’attuazione delle regole in materia di trasparenza, l’utilizzo di adeguati strumenti di comunicazione in relazione ai servizi offerti e la scelta di contenuti semplici e chiari nei rapporti con l’utenza
- **Aumentare** la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità attraverso strumenti efficaci di comunicazione finalizzati a costruire un percorso consapevole e condiviso fra l’Istituzione e la Comunità con riferimento alle nuove politiche pubbliche
- **Migliorare** la qualità dei servizi offerti attraverso il potenziamento della comunicazione interna finalizzata all’adozione di modalità gestionali condivise e alla riduzione delle tempistiche.

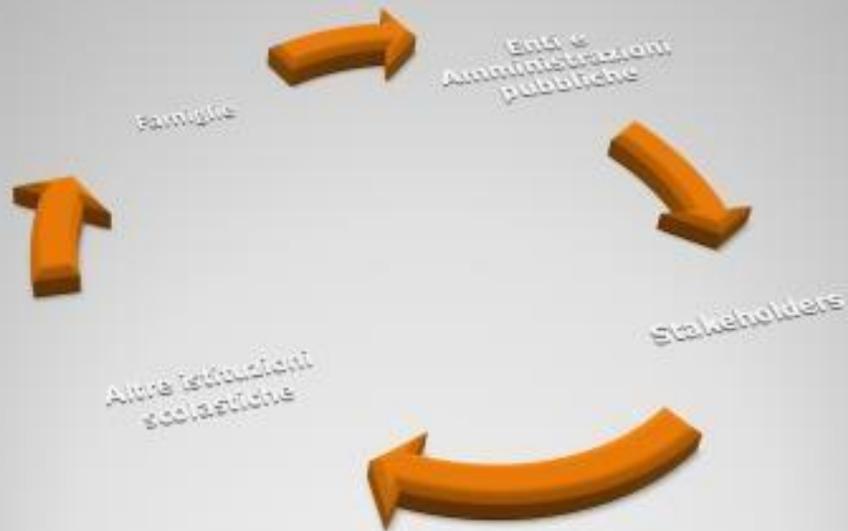
Il Piano di comunicazione è un provvedimento cruciale dell’ente pubblico che rende chiari, all’intera organizzazione, obiettivi, ruoli e rapporti tra tutti i soggetti interessati.



Comunicazione interna



Comunicazione esterna



Organizzazione figure di sistema



La Scuola, in quanto agenzia formativa per eccellenza, ha come macro-obiettivo la formazione delle giovani generazioni nel confronto con la cultura, con le tecniche di osservazione o di modificazione della realtà, con il confronto delle idee e delle scelte, con la cooperazione su impegni comuni e condivisi. La formazione è un obiettivo importante poiché influisce sulla vita delle persone, in modo diretto o indiretto, che non può essere raggiunto individualmente ma necessita di condivisione e di collaborazione. La formazione non può scaturire se non da adeguate azioni di informazione e comunicazione che mirino a conquistare i soggetti interessati e convincerli della bontà dello scopo da perseguire.

Come la comunicazione può riuscire a dare risposte appropriate?

La Scuola è un sistema basato, per sua stessa natura, su una rete di comunicazioni formali e informali tra molteplici protagonisti che stabiliscono relazioni tra di loro (comunicazione interna, volta al raggiungimento di finalità ed obiettivi dell'istituzione) e con l'esterno (comunicazione esterna, finalizzata a migliorare la qualità dei servizi offerti e a garantire la partecipazione consapevole alle scelte e alle decisioni). Ne scaturisce che l'assenza e/o la insufficiente attenzione alle strategie di comunicazione interna ed esterna rischiano di pregiudicare la qualità dell'organizzazione e dei servizi erogati. Nelle Istituzioni scolastiche la comunicazione come attività da trasmettere a soggetti/settori specifici, non ha ancora una veste definita e definitiva.

Nelle scuole, per esempio, non esistono gli URP né gli uffici stampa. Tuttavia è soprattutto nella scuola che le relazioni con il pubblico e la diffusione di informazioni/comunicazioni si configurano come trasversali a tutte le attività programmate e svolte.

L'organo che al momento è più vicino alle mansioni tradizionali di un comunicatore pubblico è l'**ufficio di segreteria**, in quanto in grado, per sua stessa organizzazione, di gestire, anche se solo limitatamente e spesso in modo scoordinato e parziale, i flussi di comunicazione interna ed esterna.

Ogni scuola è provvista di una **Carta dei Servizi** e di un **PTOF**; essi rappresentano alcuni degli strumenti di comunicazione attuabili e, per questo motivo, non del tutto esaustivi, né in grado di soddisfare la necessità degli attori della scuola di comunicare all'interno e con l'esterno.

Il Piano di Comunicazione, dunque, rappresenta l'elemento che congiunge e accomuna tutte le attività di comunicazione, che in esso vengono strategicamente pianificate e programmate.

Finalità ed obiettivi del Piano

Il piano della comunicazione si propone di descrivere le responsabilità e le modalità operative che l'Istituto prevede per la gestione dei flussi comunicativi interni ed esterni e per il perseguimento delle finalità e degli obiettivi di seguito elencati:

- assicurare la corretta, sistematica e tempestiva circolazione delle informazioni, sia quelle destinate al personale docente e ATA, studenti e famiglie che ai soggetti esterni (partner di progetto, partner di rete, fornitori, istituzioni, territorio);
- garantire la reperibilità e la massima fruibilità delle informazioni e delle comunicazioni interne ed esterne;
- rendere la comunicazione un fattore strategico che facilita la pianificazione e la realizzazione dei processi attivati;
- promuovere, attraverso una comunicazione efficace e sistematica, la disseminazione sul territorio del progetto educativo in cui si concretizzano la vision e la mission della scuola;
- attivare canali di ascolto permanenti che rendano la comunicazione un efficace strumento per il miglioramento continuo.

Obiettivi

- rafforzare le relazioni esistenti
- raggiungere nuovi territori e nuovi interlocutori
- comunicare i servizi che la scuola offre
- stabilire nuove relazioni esterne
- migliorare la visibilità dei servizi offerti

Piano di Comunicazione IPSSEOA Raffaele Viviani

Situazione di partenza

Cosa conosco della mia scuola?

Conosco e ricordo tutti i progetti interni e esterni attivati nella mia scuola?

Conosco quanti e quali gruppi di lavoro e commissioni sono presenti e quali sono le funzioni strumentali?

Chi sono i membri del Consiglio d'Istituto e quando si riunisce?

Conosco bene il PTOF attualmente in vigore?

Conosco bene cos'è il curriculum verticale?

Che cos'è la Carta dei servizi?

Conosco bene il Regolamento d'Istituto?

Leggo le circolari?

Cosa sono il GLH, GLI, PTOF, CDI, FIS,?

Il Piano di Comunicazione di Istituto non ha la pretesa di essere esaustivo nella comunicazione, ma rappresenta l'inizio di un percorso di raccolta ed organizzazione della molteplicità delle informazioni esistenti al fine di renderle facilmente accessibili e chiare per tutti gli utenti : si tratta di un'organizzazione della circolazione regolare delle informazioni, anche nelle situazioni di emergenza, come quella epidemiologica che attualmente viviamo, che incrementa i livelli di comunicazione e, di conseguenza, contribuisce all'edificazione di un clima relazionale più sereno.

La possibilità di sostituire l'atto del parlare con quello più complesso di comunicare anche virtualmente, presuppone una maggiore considerazione all'altro e la verifica costante dell'efficacia del messaggio trasmesso (è stato recepito/capito/accettato/ o no?).

Ciò comporta la graduale scomparsa delle incomprensioni che scaturiscono da dispersione/disorganizzazione/superficialità/inadeguatezza dei messaggi e dei loro canali, semplificando il meccanismo di *feedback* ed innalzando il processo di comunicazione da semplice trasmissione/passaggio di informazioni a strumento per comprendere, mettere in comune, condividere.

La scuola deve essere condivisione, per diventare davvero inclusiva.

Elaborazione del Piano di Comunicazione

L'elaborazione di un piano di comunicazione dell'istituzione scolastica deve seguire gli *step* propri dei piani di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni.

L'analisi del contesto interno è un'operazione che potrebbe richiedere tempi lunghi, presentare qualche difficoltà per accedere ai dati storici della scuola al fine di un'approfondita conoscenza della realtà e per la quale non sempre è possibile adottare una metodologia di indagine che assicuri l'oggettività del trattamento dei dati. **La definizione degli obiettivi:** è un passaggio metodologico particolarmente delicato che coinvolge direttamente il Dirigente scolastico che ha la responsabilità della scelta delle strategie di gestione dell'istituto. **La scelta degli strumenti** (tecnologici, cartacei, eventi) implica l'individuazione dei mezzi idonei al raggiungimento degli obiettivi ma la scelta dipende in larga misura dai fondi che l'istituto ha a disposizione e dal piano economico annuale. **I tempi di preparazione e di attuazione del piano** sono una variabile dipendente dall'intera organizzazione dell'istituto e può coincidere con l'anno scolastico. Una programmazione adeguata dei tempi deve almeno proiettarsi su un biennio per il pieno raggiungimento dei risultati. **La valutazione** è, forse, il passaggio sul quale il personale della scuola ha maggiore esperienza e può utilizzare le competenze acquisite nel tempo nelle attività progettuali.

Contesto Interno

L'analisi SWOT rappresenta uno strumento abbastanza utile per evidenziare cosa ci sia di già esistente nella scuola che possa facilitare o compromettere il conseguimento dell'obiettivo strategico. Essa è una semplice matrice, che, nella pianificazione strategica, è utile alla rilevazione di punti di forza (Strengths) e debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats) di un'organizzazione, in questo caso, scolastica che si prefigga il raggiungimento di un obiettivo. L'analisi riguarderà l'ambiente interno (analizzando punti di forza e debolezza) ed esterno (analizzando minacce ed opportunità) dell'Istituto.

Punti di forza autonomia scolastica; presenza degli organi collegiali (in particolare, Collegio Docenti e Consiglio d'Istituto); FFSS; revisione, aggiornamento e monitoraggio costante del PTOF; Revisione ed aggiornamento del Patto di corresponsabilità presenza dei Regolamenti; iniziative di collaborazione scuola- famiglie-territorio; inserimento alunni diversamente abili e stranieri; esistenza di curriculum verticale.	Punti di debolezza insufficiente circolarità delle informazioni; esiguità delle risorse economiche; problematiche strutturali di tutte le sedi; poche riunioni di staff (tra DS, suoi collaboratori e Funzioni Strumentali); carta dei Servizi da aggiornare presenza di scarsissime risorse strutturali (palestre, spazi aperti, laboratori,...) e strumentali (impianti luce, audio, proiettori, computer, LIM,...); scarsa percentuale di progetti digitali innovativi offerti.
Opportunità arricchimento del PTOF; incremento della progettualità interna ed esterna; attività di formazione e aggiornamento migliorabilità dei servizi amministrativi offerti all'utenza.	Minacce problematicità a concretizzare gli obiettivi operativi a causa dell'esiguità delle risorse e di spazi adeguati disponibili; probabile difficoltà di coinvolgimento dei soggetti interessati al raggiungimento degli obiettivi a causa di demotivazione; progressivo assottigliamento delle risorse finanziarie ministeriali a causa delle molteplici esigenze dell'Istituto, soprattutto di spazi adeguati.

Obiettivi generali

Per realizzare una buona comunicazione interna ed esterna, sarebbe sufficiente soddisfare i seguenti obiettivi generali che rappresentano la declinazione dell'obiettivo strategico, prima descritto:

- 1) **favorire un clima interno positivo:** ciò è possibile se i rapporti tra le persone sono caratterizzati dalla fiducia, se gli aspetti formali sono delimitati allo stretto necessario, se le tensioni e i conflitti sono gestiti e non ignorati e/o alimentati, se è garantita l'accoglienza dei nuovi arrivati, se le regole da rispettare sono chiare ed eque, se è incoraggiata la dimensione dell'ascolto, se si attuano forme di delega partecipata, se si realizza la condivisione e la partecipazione;
- 2) **stimolare il cambiamento:** le resistenze verso le novità ed i reali cambiamenti sono un fenomeno comune nelle amministrazioni pubbliche mentre la scuola ha sempre manifestato una forte propensione verso le innovazioni;
- 3) **sostenere la cultura del servizio:** la scuola può presentarsi come una comunità di lavoro al pari di altre amministrazioni pubbliche che erogano servizi. La consapevolezza da parte di tutti, docenti e personale amministrativo, di far parte di una comunità che si prefigge fini istituzionali e che dialoga continuamente con l'esterno, orienta le attività della scuola alla cultura del servizio come evoluzione della cultura dell'organizzazione;
- 4) **costruire e codificare la comunicazione interna:** organizzare il passaggio delle comunicazioni interne in un'ottica di circolazione delle informazioni, di condivisione degli obiettivi che l'organizzazione si pone, di motivazione del personale, ma anche di potenziamento della comunicazione verso l'esterno;
- 5) **condividere e diffondere le linee organizzative e gli standard** adottati in materia di comunicazione interna, esterna ed *on line*, privilegiando un approccio multi-canale;
- 6) **implementare il processo di valutazione e di verifica** dell'efficacia e dell'efficienza della comunicazione, sia rispetto alle singole iniziative, sia rispetto all'organizzazione nel suo complesso, superando sensazioni soggettive e verifiche indirette e settoriali;
- 7) **diffondere la conoscenza interna ed esterna degli strumenti** di supporto al PdC (calendario degli eventi, regolamento per le sponsorizzazioni).

Obiettivi operativi

E per far sì che gli obiettivi generali siano attuabili, di seguito si individuano una serie di obiettivi operativi, suddivisi per area di intervento e articolati in azioni specifiche.

Obiettivi operativi	Azioni specifiche
Conoscere e approvare il Piano di Comunicazione della Scuola	L'attuazione della legge 150/2000 spetta al dirigente scolastico. Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.
Promuovere l'immagine e la reputazione della scuola attraverso la razionalizzazione dei principali canali di comunicazione e di informazione interna ed esterna;	cura dell'immagine coordinata istituzionale anche attraverso agli eventi; rilancio e razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; ricorso all'occorrenza ai media esterni
Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione agli studenti	ideazione di prodotti volti a promuovere l'offerta formativa della scuola; razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; redazione dell'aggiornamento annuale del Regolamento di Istituto, in collaborazione con gli alunni dell'Istituto che contenga i loro diritti/doveri, le norme comportamentali.
	formazione e tutto ciò che renda produttiva e costruttiva, in termini di formazione e apprendimento, la presenza degli allievi all'interno dell'istituzione scolastica, che contenga semplici ma condivise norme disciplinari, che contribuisca a prevenire la dispersione scolastica; prevenzione del disagio scolastico, in particolare attraverso azioni di integrazione e sostegno degli alunni diversamente abili e degli alunni stranieri; revisione del PTOF revisione della Carta dei Servizi; adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione;
Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione alle famiglie	ideazione di prodotti volti a promuovere l'offerta formativa della scuola; revisione del 'Patto di Corresponsabilità'; calendarizzazione di incontri periodici di informazione, verifica e valutazione plenari o individualizzati; progettazione di attività laboratoriali comuni; fornire le succursali della modulistica necessaria o delle informazioni su dove reperirla; revisione del PTOF; revisione della Carta dei Servizi; razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione.

<p>Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione ai docenti/dai docenti</p>	<p>ideazione di prodotti volti a promuovere l'offerta formativa della scuola; razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; <i>book</i> completo (in cartaceo o digitale) della modulistica; pubblicazione delle circolari e comunicazioni sul sito della scuola e in un'area riservata per la lettura e firma on-line, in modo da consentire la visualizzazione da parte del personale amministrativo del report delle firme</p>
	<p>eventuale manifestazione di scelta relativa alla partecipazione a scioperi o assemblee sindacali, e in tutti quei casi in cui la dirigenza deve acquisire le espressioni dei docenti in merito al contenuto delle circolari emanate. Questo aspetto non incentiva la consultazione del sito sia da parte del personale sia da parte di studenti e famiglie; riunioni di staff; segnalazione tempestiva alla FS Area 1: Comunicazione di disservizi, presenza di informazioni distorte revisione del PTOF; revisione della Carta dei Servizi; adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione</p>
<p>Migliorare l'interlocuzione con gli stakeholder - in termini di <i>input</i>: ciò che i portatori di interesse esterni possono fare per la scuola (attività di istruzione e formazione, sportive, culturali, di promozione sociale...) - in termini di <i>output</i>: ciò che la scuola 'produce' verso l'esterno come agenzia formativa</p>	<p>coordinare in modo razionale la progettualità esterna; razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; programmare iniziative ed eventi di apertura al territorio; occuparsi di un'informazione capillare di iniziative/eventi dentro e fuori la scuola sfruttando canali istituzionali e non; ottimizzare la comunicazione con enti territoriali e nazionali (USP, USR, Città metropolitana, Regione Campania, MIUR, al fine di condividere obiettivi e strategie per il loro conseguimento; revisione del PTOF; revisione della Carta dei Servizi; adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione.</p>

Tempo e durata

Il Piano di Comunicazione è di durata annuale, per poter assicurare una revisione continua di obiettivi ed azioni ed un loro adeguato adeguamento alle nuove situazioni. In questo caso specifico, essendo in una situazione di emergenza, avrà una durata biennale, per consentire un graduale ma concreto conseguimento degli obiettivi fondamentali.

La prima annualità sarà spesa, oltre che per alcuni provvedimenti di carattere tecnico-pratico per la comunicazione interna ed esterna, anche per il monitoraggio degli ambiti con specifici deficit nella comunicazione e per la rilevazione delle cause e delle possibili soluzioni.

La seconda annualità potrà invece riguardare, in modo più specifico, il raggiungimento degli obiettivi operativi descritti nel Piano di comunicazione.

INDICATORI DI PROCESSO

Il processo della comunicazione viene monitorato costantemente dalla FS Area 1, NIV, Staff del Dirigente, sotto la supervisione del DS, attraverso l'analisi dei seguenti indicatori:

- Numero dei reclami provenienti dall'area comunicazioni interne
- Numero dei reclami provenienti dall'area comunicazioni esterne
- Numero degli accessi al sito web dell'Istituto
- Numero di accessi riservati al sito web
- Soddisfazione dei portatori di interesse
- Numero dei partecipanti agli eventi rivolti all'esterno
- Indagine interna mediante la somministrazione di questionari di *customer satisfaction* a studenti, famiglie e personale docente ed ata

I responsabili della progettazione, dell'erogazione, del monitoraggio e della verifica dei processi comunicativi dell'Istituto sono:

IL DIRIGENTE SCOLASTICO	responsabile della comunicazione interna ed esterna. gestisce e coordina la comunicazione con le istituzioni. Favorisce e promuove la comunicazione con il territorio e coordina il lavoro per la stesura del piano.
FUNZIONE STRUMENTALE Area 1 PTOF - Rendicontazione sociale – RAV – Progettazione del curricolo – Valutazione degli apprendimenti – NIV – Staff del Dirigente	Promuove la piena realizzazione del piano, lo monitora e propone le eventuali azioni di miglioramento. Stende il “Piano per la Comunicazione” come sezione del PTOF d’Istituto. Cura la gestione dei processi di comunicazione relativi all’area di intervento secondo le indicazioni del Piano.
IL D.S.G.A.	responsabile della pubblicazione di tutte le comunicazioni all’albo pretorio on line e della archiviazione dei documenti.
ASSISTENTI AMMINISTRATIVI	Protocollano e archiviano le comunicazioni in entrata e in uscita, assicurandone l’accessibilità e la conservazione.

Destinatari del Piano

- ✓ Docenti
- ✓ Studenti
- ✓ Famiglie
- ✓ DS (Dirigente Scolastico)
- ✓ DSGA (Direttore Servizi Generali e Amministrativi)
- ✓ Personale amministrativo
- ✓ Collaboratori scolastici
- ✓ MIUR, Regione Campania, USP, USR Campania, Comune di Castellammare, Comune di Agerola, Città Metropolitana., altre agenzie formative e associazioni
- ✓ Stakeholder

Costi e risorse necessarie

Migliorare la comunicazione nella scuola è un'operazione che non ha costi vivi ma si basa esclusivamente sulla capacità di gestione del dirigente scolastico e del suo staff, migliorato da una figura Funzione Strumentale **Area 1 PTOF** - Rendicontazione sociale – RAV – Progettazione del curricolo – Valutazione degli apprendimenti, dal NIV, per la Comunicazione interna ed esterna, oltre la stesura, anche il coordinamento e l'attuazione degli obiettivi del Piano di Comunicazione.

Piano della Comunicazione, redatto a cura della prof.ssa Tiziana De Filippo:
Funzione Strumentale **Area 1 PTOF** - Rendicontazione sociale – RAV – Progettazione del curricolo
– Valutazione degli apprendimenti responsabile della redazione del Piano della Comunicazione.